

**La transculturación como fenómeno de transformación cultural dentro de  
YouTube**

**Proyecto de grado**

**Estudiantes:**

Brandon Hernández Sánchez

Daniela Londoño Betancourt

**Universidad Tecnológica de Pereira  
Facultad de Ciencias de la Educación  
Escuela de Español y Comunicación Audiovisual  
Licenciatura en Comunicación e Informática Educativas**

**Pereira – Colombia**

**2020**

## **Resumen**

Las redes sociales se han convertido en un componente fundamental para que la sociedad funcione al ritmo que lo hace hoy en día, han permitido romper límites espaciales para el desarrollo de un proceso comunicativo, logrando crear comunidades enteramente digitales en las cuales participan personas de todo el mundo; pero también, han dado paso a que se generen una serie de transformaciones socioculturales dentro y fuera de ellas.

Es así como el presente trabajo buscará identificar de qué forma la red social YouTube a través de videoblogs ha permitido dar paso a que se desarrolle un proceso de transculturación dentro de un grupo selecto de estudiantes que hacen parte de la Universidad Tecnológica de Pereira (UTP). Para lograr este objetivo, es necesario identificar qué tipos de redes sociales hacen uso los estudiantes y si dentro de ellas se encuentra YouTube, analizar qué tipo de contenidos visualizan y si ellos los influncian a generar transformaciones dentro de su cultura.

El proceso para llevar a cabo esta investigación de carácter cualitativo está descrito a lo largo de este trabajo, donde se plantean aspectos generales tales como justificación, planteamiento, marco referencial, metodología investigativa, propuesta pedagógica, discusión de resultados, el videoblog como herramienta mediadora en los procesos de transculturación y conclusiones, donde los resultados dan cuenta de una serie de aspectos que están involucrados dentro de un proceso de transculturación en los estudiantes de sexto semestre de Ciencias del Deporte y la Recreación de la UTP.

**Palabras claves:** redes sociales, transculturación, videoblogs, youtube, estudiantes, cultura

**Abstract:**

Social networks have become a fundamental component for society to function at the rate it does today, they have allowed breaking spatial limits for the development of a communication process, managing to create entirely digital communities in which people from all over the world participate. world; but also, they have given way to generating a series of sociocultural transformations inside and outside of them.

This is how this work will seek to identify how the YouTube social network through videoblogs has allowed a process of transculturation to develop within a select group of students who are part of the Technological University of Pereira (UTP) . To achieve this objective, it is necessary to identify what types of social networks students use and if YouTube is found within them, analyze what type of content they view and if they influence them to generate transformations within their culture.

The process to carry out this qualitative research is described throughout this work, where general aspects such as justification, approach, frame of reference, investigative methodology, pedagogical proposal, discussion of results, the videoblog as a mediating tool in the processes of transculturation and conclusions, where the results show a series of aspects that are involved in a process of transculturation in students of the sixth semester of Sports and Recreation Sciences of the UTP.

**Keywords:** social networks, transculturation, videoblogs, youtube, students, culture

## Índice

Formato proyecto	9
Introducción	10
Justificación	13
Planteamiento del problema	15
Pregunta	16
Objetivo general	16
Objetivos específicos	16
<b>Capítulo 1: Marco referencial</b>	17
1.1 Estado del arte	17
1.2 Marco teórico	32
1.2.1 Redes Sociales	33
1.2.1.1 Historia de las Redes Sociales	37
1.2.1.2 TIC y educación	39
1.2.1.3 Redes Sociales y Educación	40
1.2.1.4 YouTube	41
1.2.1.5 Creadores de Contenido y Youtubers	42
1.2.2 Transculturación	43
1.2.2.1 Cultura	45
1.2.2.1 Identidad cultural	46
1.2.2.3 La cultura de masas	47
1.2.3 La Historia del Video	48
1.2.3.1 ¿Qué es un videoblog?	49
1.2.3.2 Tipos de videoblogs	50
<b>Capítulo 2: Metodología</b>	51
2.1 Tipo de estudio	51
2.2 Universo	51
2.3 Población	52

	5
2.4 Muestra	52
2.5 Fases	53
2.5.1.1 Fase I (Diagnóstico)	53
2.5.1.2 Fase II (Aplicación)	65
2.5.1.3 Fase III (Análisis)	66
2.6 Instrumentos	67
<b>Capítulo 3: Propuesta pedagógica a través del videoblog</b>	68
3.1 Análisis de resultados:	68
<b>Capítulo 4: Discusión de resultados</b>	118
4.1 Propuesta pedagógica:	123
4.1.1 Secuencia 1 - Las Redes Sociales:	124
4.1.2 Secuencia 2 - El vídeo	129
4.1.3 Secuencia 3 - YouTube	133
4.1.4 Secuencia 4 - El videoblog	138
<b>Capítulo 5: El videoblog como herramienta mediadora en los procesos de transculturación.</b>	143
<b>Capítulo 6: Conclusiones</b>	150
Bibliografía	152

### **Lista de tablas**

Tabla 1. Ventajas y desventajas de YouTube

Tabla 2. YouTubers que más visualiza

Tabla 3. Aspectos positivos y negativos en YouTubers

Tabla 4. Características que llaman la atención de los canales de YouTubers

Tabla 5. Razones por las que ha adoptados esos aspectos dentro de su cultura

Tabla 6. ¿Por qué considera que por medio de YouTube ha perdido aspectos de su cultura nativa?

Tabla 7. ¿Por qué considera que Youtube es una plataforma que genera aprendizaje por medio del vídeo blog?

Tabla 8. ¿Prefiere hacer más uso de Youtube, que de los medios tradicionales como la televisión, la radio y la prensa? ¿ por qué?

Tabla 9. ¿Considera que Youtube es una plataforma que por medio de su contenido ha transformado a la sociedad? ¿por qué?

Tabla 10. Introducción a las Redes Sociales

Tabla 11. El vídeo

Tabla 12. Youtube

Tabla 13. El videoblog

### **Lista de Figuras**

- Figura 1. Las plataformas sociales más usadas del mundo
- Figura 2. Evolución en el tiempo diario dedicado a las redes sociales
- Figura 3. Top 250 youtubers in Colombia sorted by SB Rank
- Figura 4. Encuesta sobre el uso de Youtube
- Figura 5. Género
- Figura 6. Selección rango de edad
- Figura 7. ¿Realiza algún(as) de las siguientes actividad(es) fuera del campus universitario?
- Figura 8. ¿Cuál es el dispositivo tecnológico que más utiliza?
- Figura 9. ¿Hace uso de YouTube?
- Figura 10. ¿Desde hace cuánto tiempo hace uso de YouTube?
- Figura 11. ¿Con qué frecuencia hace uso de YouTube semanalmente?
- Figura 12. ¿Con qué frecuencia hace uso de YouTube diariamente?
- Figura 13. ¿Con qué objetivo hace uso de YouTube?
- Figura 14. Ventajas y desventajas de YouTube - Grupo 1
- Figura 15. Ventajas y desventajas de YouTube - Grupo 2
- Figura 16. Ventajas y desventajas de YouTube - Grupo 3
- Figura 17. Ventajas y desventajas de YouTube - Nodo 1
- Figura 18. Ventajas y desventajas de YouTube - Nodo 2
- Figura 19. Ventajas y desventajas de YouTube - Nodo 3
- Figura 20. Ventajas y desventajas de YouTube - Relación 1
- Figura 21. . Ventajas y desventajas de YouTube - Relación 2
- Figura 22. ¿De qué manera participa en YouTube?
- Figura 23. ¿Visualiza algún canal de un youtuber?
- Figura 24. YouTubers que más visualiza - Grupo 1
- Figura 25. YouTubers que más visualiza - Grupo 2
- Figura 26. YouTubers que más visualiza - Nodo 1
- Figura 27. YouTubers que más visualiza - Nodo 2
- Figura 28. YouTubers que más visualiza - Relación 1
- Figura 29. Aspectos positivos y negativos en YouTubers - Grupo 1
- Figura 30. Aspectos positivos y negativos en YouTubers - Grupo 2
- Figura 31. Aspectos positivos y negativos en YouTubers - Nodo 1

Figura 32. Aspectos positivos y negativos en YouTubers - Nodo 2

Figura 33. Aspectos positivos y negativos en YouTubers - Relación 1

Figura 34. Características que llaman la atención de los canales de YouTubers - Grupo 1

Figura 35. Características que llaman la atención de los canales de YouTubers - Grupo 2

Figura 36. Características que llaman la atención de los canales de YouTubers - Nodo 1

Figura 37. Características que llaman la atención de los canales de YouTubers - Nodo 2

Figura 38. Características que llaman la atención de los canales de YouTubers - Relación 1

Figura 39. Escriba con cuál(es) de dichas culturas se identifica

Figura 40. ¿Considera que los Youtubers que usted sigue y realizan videoblogs, le han promovido a adoptar aspectos de otras culturas?

Figura 41. Si es así ¿qué tipo de aspectos ha adoptado de otras culturas por medio de los videoblogs de los youtubers?

Figura 42. Razones por las que ha adoptados esos aspectos dentro de su cultura - Grupo 1

Figura 43. Razones por las que ha adoptados esos aspectos dentro de su cultura - Nodo 1

Figura 44. Razones por las que ha adoptados esos aspectos dentro de su cultura - Relación 1

Figura 45. ¿Considera que el vídeo es un formato que le permite comprender de mejor forma los contenidos que visualiza en internet?

Figura 46. ¿Con cuál(es) de las siguientes opciones se identifica más?

Figura 47. ¿Considera que por medio de YouTube ha perdido aspectos de su cultura nativa?

Figura 48. ¿Considera que por medio de YouTube ha perdido aspectos de su cultura nativa? - Grupo 1

Figura 49. ¿Considera que por medio de YouTube ha perdido aspectos de su cultura nativa? - Nodo 1

Figura 50. ¿Considera que por medio de YouTube ha perdido aspectos de su cultura nativa? - Relación 1

Figura 51. ¿Considera que YouTube es una plataforma que genera aprendizaje por medio del videoblog?

Figura 52. ¿Por qué considera que Youtube es una plataforma que genera aprendizaje por medio del vídeo blog? - Grupo 1

Figura 53. ¿Por qué considera que Youtube es una plataforma que genera aprendizaje por medio del vídeo blog? - Nodo 1

Figura 54. ¿Por qué considera que Youtube es una plataforma que genera aprendizaje por medio del vídeo blog? - Relación 1

Figura 55. ¿Prefiere hacer más uso de Youtube, que de los medios tradicionales como la televisión, la radio y la prensa? ¿por qué? - Grupo 1

Figura 56. ¿Prefiere hacer más uso de Youtube, que de los medios tradicionales como la televisión, la radio y la prensa? ¿por qué? - Grupo 2



Figura 57. ¿Prefiere hacer más uso de Youtube, que de los medios tradicionales como la televisión, la radio y la prensa? ¿ por qué? - Nodo 1

Figura 58. ¿Prefiere hacer más uso de Youtube, que de los medios tradicionales como la televisión, la radio y la prensa? ¿ por qué? - Nodo 2

Figura 59. ¿Prefiere hacer más uso de Youtube, que de los medios tradicionales como la televisión, la radio y la prensa? ¿ por qué? - Relación 1

Figura 60. . ¿Cree usted que Youtube ha promovido la decadencia de los medios de comunicación tradicionales como: la televisión, la radio y la prensa?

Figura 61. ¿Considera que Youtube es una plataforma que por medio de su contenido ha transformado a la sociedad? ¿por qué? - Grupo 1

Figura 62. ¿Considera que Youtube es una plataforma que por medio de su contenido ha transformado a la sociedad? ¿por qué? - Nodo 1

Figura 63. ¿Considera que Youtube es una plataforma que por medio de su contenido ha transformado a la sociedad? ¿por qué? - Relación 1

Figura 64. Temáticas identificadas

Figura 65. Características de youtubers

Figura 66. Fases de transculturación

## **1. Formato proyecto**

**Título del proyecto:** La transculturación como fenómeno de transformación dentro de YouTube

**Tipo de Investigación:** Cualitativa

**Facultad:** Ciencias de la Educación

**Programa académico:** Licenciatura en Comunicación e Informática Educativa

## 2. Introducción

La llegada de Internet a Colombia hace unos treinta años tuvo como propósito inicial fortalecer la educación superior en el país, pero pronto, con la llegada de las plataformas de mensajería instantánea y las redes sociales, su uso se fue extendiendo hacia otros sectores, a tal punto que hoy en día es equiparable su recepción a la que en un entonces lo recibió la radio y la televisión. Todo este fenómeno ha generado un fuerte interés en el área de las ciencias sociales y de los estudios culturales, donde no han sido pocos los que se han realizado frente a las diferentes transformaciones socioculturales que Internet ha suscitado con su uso extendido por todo el mundo.

Los estudios culturales surgen a causa de los diferentes movimientos políticos, económicos y sociales que se originaron en todo el mundo durante los siglos XIX y XX, con el fin de identificar las transformaciones sociales que se originaron a raíz de la creciente globalización con la llegada de los medios de comunicación masivos, el transporte aéreo y demás surgimientos que ya venían dándose desde la Revolución Industrial. Es así como en el año 1940, el antropólogo cubano Fernando Ortiz desarrolla el término transculturación, donde según su planteamiento, es un proceso en el cual una cultura se empieza a apropiarse de otra adyacente a su contexto, adquiriendo ya sea parte de sus componentes culturales o la totalidad de ellos.

Es así como esta investigación busca analizar el fenómeno de la transculturación en relación a los contenidos que se visualizan a través de videoblogs en la plataforma social YouTube en una población juvenil entre los 18 a los 25 años, ya que las redes sociales han permitido fortalecer el desarrollo de grandes comunidades a nivel global, donde diferentes grupos sociales han logrado fortalecer sus lazos y dar origen a una serie de dinámicas que de una u otra forma influyen en la transformación de su cultura.

Una posible causa de este fenómeno dentro de internet es el consumo masivo y constante de contenido audiovisual en las redes sociales, entre ellos los videoblogs en YouTube, ya que esta plataforma en particular, se encuentra entre una de las más populares en el mundo, donde se comparten

contenidos con una gran variedad de temáticas que abordan diferentes prácticas a nivel cultural, por ende, los jóvenes van adquiriendo dichas prácticas conforme hacen uso de la plataforma.

La investigación de esta problemática sociocultural se realizó por el interés de conocer el impacto que ha generado la red social YouTube en los jóvenes entre 18 y 25 años, ya que este grupo poblacional se encuentra entre uno de los de mayor consumo de esta plataforma, además de encontrarse entre un rango de edad en el cual se evidencian un mayor número de transformaciones en lo que respecta a la definición de sus construcciones socioculturales.

El interés de esta investigación aborda campos como la antropología, la tecnología y la educación, buscando comprender a nivel académico, como a través del desarrollo tecnológico se ha dado paso a que se originen una serie de fenómenos que impactan a diversos grupos sociales.

Para esta investigación se plantea diseñar una propuesta pedagógica mediada por el videoblog que identifique procesos de transculturación en los estudiantes de Ciencias del Deporte y la Recreación (CDR) de sexto semestre de la Universidad Tecnológica de Pereira, que permita determinar de qué forma los estudiantes de sexto semestre de CDR hacen uso de las redes sociales, categorizar los elementos que intervienen en los procesos de transculturación en los estudiantes de sexto semestre de CDR por medio de YouTube y relacionar las categorías de los procesos de transculturación con el videoblog como estrategia didáctica.

En el Capítulo I se plantea el Marco Referencial, en el cual se encuentra el Estado del Arte, donde se plantean artículos de referencia frente al fenómeno a trabajar y el Marco Teórico donde se encuentran las tres categorías conceptuales frente a la problemática planteada, que buscan comprender desde diversos autores dicho fenómeno.

En el Capítulo 2 se establece la metodología de estudio a través del tipo de estudio a llevar a cabo, la definición del universo, la población, la muestra y las fases en las cuales será llevada a cabo.

En el Capítulo 3 se establece la propuesta pedagógica a partir del análisis de los resultados obtenidos en la encuesta, donde se establecen cuatro secuencias didácticas que buscan comprender el fenómeno en cuestión.

En el Capítulo 4 se establece la discusión de los resultados con base en las gráficas que se generan al realizar la encuesta a los estudiantes, además de tener en cuenta el protocolo el cual permite la recolección de información para el análisis requerido.

En el Capítulo 5 se establece la relación de las categorías de transculturación con el videoblog, dando cuenta de cómo este fenómeno se relaciona con las diferentes categorías conceptuales establecidas y los elementos identificados dentro del instrumento de análisis que permitieron el desarrollo de la propuesta didáctica.

Y por último, en el Capítulo 6 se dan las conclusiones frente a la pregunta de investigación, el objetivo general y los tres objetivos específicos.

### **3. Justificación**

Esta investigación tiene por objetivo, diseñar una propuesta pedagógica en la cual se logren identificar prácticas promovidas a través de videoblogs en YouTube, que permitan dar origen a un proceso de transculturación, ya que se ha evidenciado que los creadores de contenido o youtubers, influyen principalmente a los jóvenes a transformar aspectos de su cultura.

Para determinar cuáles son los cambios que producen o incentivan los youtubers en los aspectos culturales de los jóvenes, es pertinente analizar el nivel de influencia que poseen los productos audiovisuales que realizan, además el manejo de diversas temáticas permite que los jóvenes se interesen en seguir lo que comparten por medio de Youtube, es allí cuando esta investigación desea identificar esos aspectos culturales que pasan por una transformación y/o acomodación en su propia cultura.

El crecimiento exponencial de internet en los últimos años ha permitido que plataformas como las redes sociales se hayan convertido en un componente esencial para el funcionamiento de la sociedad en la última década. En el año 2019 se estableció que aproximadamente 3800 millones de personas hacen uso de redes sociales, lo cual representa un 50% de la población mundial, donde 2000 millones son usuarios de YouTube, más del 60% por ciento de la población que hace uso de redes sociales.

Concretamente en YouTube, los creadores de contenido están día a día en constante retroalimentación con su círculo de seguidores, recibiendo comentarios, opiniones, puntos de vista y demás, que logran forjar una comunidad más entrelazada, y por ende, más influenciable; es así como se ha convertido en una de las razones por las que YouTube y otro tipo de plataformas virtuales han crecido en usuarios durante los últimos años, dejando a un lado medios de comunicación como la televisión o la radio, donde estás han visto el gran alcance que ha logrado YouTube en los últimos años y por ende han decidido hacerse un lugar dentro de esta plataforma.

También se plantea este trabajo ya que en Colombia no se han desarrollado suficientes estudios referentes a los cambios culturales provocados por las redes sociales en los jóvenes, debido a que el crecimiento exponencial de internet y el acceso a dispositivos tecnológicos en el país ha dado lugar en los últimos años, pero aún así, es importante empezar desde ya a analizar cómo este tipo de tecnologías están influyendo a nivel social y cultural principalmente en los jóvenes, sobre todo en estos momentos donde el confinamiento social ha obligado a gran parte de la sociedad a adoptar estas herramientas.

Se tomó la plataforma de Youtube como herramienta que permite ser la mediadora del videoblog, la cual gracias a sus funciones para compartir contenido audiovisual, los youtubers han tenido un gran protagonismo y se han convertido en referentes culturales para los universitarios de pregrado, quienes integran a los creadores de contenido como patrones a seguir, para adoptar prácticas propuestas por ellos mismos, dando como resultado el origen de un proceso de transculturación, todo este planteamiento a través del trabajo del antropólogo Fernando Ortíz.

#### **4. Planteamiento del problema**

Se ha evidenciado que el uso de la red social YouTube ha generado procesos de transculturación en la comunidad de usuarios, principalmente en los jóvenes universitarios, donde son los creadores de contenido de esta plataforma quienes lideran dicho proceso a través de los contenidos audiovisuales que desarrollan y comparten con su círculo de seguidores.

Esta plataforma ha liderado en los últimos años el mundo de las redes sociales, todo esto gracias a los creadores de contenido o youtubers, quienes desarrollan contenido audiovisual categorizado como videoblogs. Estos creadores han sido ampliamente aceptados dentro de la plataforma, ya que su contenido ha logrado captar la atención de gran parte de las personas que hacen parte de la comunidad, quienes usan la plataforma ya sea para entretenerse, informarse, educarse o incluso iniciar una carrera profesional dentro de ella.

El problema surge cuando este tipo de contenidos parece ser que están promoviendo a los jóvenes a transformar aspectos de su propia cultura, ya sea su estilo de vida, sus ideologías, sus comportamientos, sus gustos e interés, entre otros elementos que suponen el inicio de un proceso de transculturación.

Este tipo de transformaciones van enmarcadas dentro de la antropología, concretamente desde la mirada de Fernando Ortíz (2018), quien propone el término transculturación como el proceso de transición que se lleva a cabo por un grupo social para dar paso a la apropiación de una nueva cultura, o en efecto, integrar ciertos elementos de una cultura ajena dentro de una nativa. No hay que olvidar que en los últimos años han surgido términos como ciberespacio y cibercultura, los cuales describen los fenómenos de carácter sociocultural que se originan dentro de internet y que han logrado establecer los cimientos de una sociedad moderna, donde las TIC se han convertido en un elemento indispensable dentro de cualquier entorno sociocultural.

YouTube ha logrado convertirse en una de las redes sociales con mayor número de usuarios en internet, con un gran nivel de influencia dentro de su comunidad de usuarios gracias a los creadores de contenido, quienes han impulsado esta plataforma dentro del ciberespacio quienes han logrado crear una gran comunidad de seguidores, los cuales están predispuestos a adoptar prácticas que de una u otra forma dan inicio a un proceso transcultural.

Es así como este proyecto busca identificar si el videoblog produce estas transformaciones. Para ello, se partirá del diseño de una propuesta pedagógica que identifique un proceso de transculturación en los estudiantes de Ciencias del Deporte y la Recreación determinando de qué forma se relacionan con las redes sociales, categorizando los elementos que intervienen en los procesos de transculturación y relacionando las categorías de procesos de transculturación con el videoblog como estrategia didáctica y partiendo de la siguiente pregunta:

- **Pregunta**

¿De qué manera se podría diseñar una propuesta pedagógica mediada por el videoblog para la identificación de un proceso de transculturación en los estudiantes de sexto semestre del programa Ciencias del Deporte y la Recreación?

- **Objetivo general**

Identificar un proceso de transculturación en los estudiantes de sexto semestre del programa Ciencias del Deporte y la Recreación a través del diseño de una propuesta pedagógica mediada por el videoblog.

- **Objetivos específicos**

- Determinar de qué forma los estudiantes de sexto semestre de CDR hacen uso de YouTube
- Categorizar los elementos que intervienen en los procesos de transculturación en los estudiantes de sexto semestre de CDR por medio de YouTube.
- Relacionar las categorías de los procesos de transculturación con el videoblog como estrategia didáctica



## Capítulo 1: Marco referencial

### 1.1 Estado del arte

Se catalogan 12 artículos los cuales están diversificados por las categorías conceptuales definidas desde el planteamiento de la pregunta de investigación. Se toman las redes sociales como primera categoría conceptual, en la cual se proponen unas búsquedas que plantean comprender estas plataformas en relación con fenómenos de carácter sociocultural, su impacto en el ámbito académico y el uso dado por los jóvenes. Como segunda categoría y uno de los ejes centrales de la investigación es la transculturación, es así cómo se definen una serie de textos que buscan comprender la relación de este concepto con fenómenos como la globalización, redes sociales e internet y la cultura de masas. Como tercera categoría se plantea el videoblog como mediador entre la transculturación y las redes sociales, es así como a partir de las lecturas planteadas se hace una reflexión sobre su papel en las redes sociales, así como su concepción e influencia dentro de diferentes ámbitos sociales.

- **1.1.1 El cambio social que producen las redes en la educación venezolana por (Ollarves, Hernández, Pirela, 2018)**

El presente artículo tiene como objetivo general determinar el cambio social que producen las redes en la educación venezolana, donde la comunicación no es vista de forma tradicional, sino a través de un nuevo estilo de vida que ha evolucionado la forma como se generan las interacciones entre las personas. El estudio es de tipo documental bibliográfico. Se hace un análisis teórico-conceptual, que permite comprender la forma de vivir en la sociedad de la información y el conocimiento. El resultado arroja la importancia de establecer el

cambio social en la educación venezolana, apoyándose en las tecnologías de la información y comunicación para utilizar las redes sociales, con la finalidad de mantener conectados a docentes y estudiantes con todas las instituciones educativas venezolanas.

El desarrollo acelerado que han tenido las tecnologías de información y comunicación las han llevado a presentarse como un fenómeno, que se ha extendido y ha transformado la manera de relacionarse los miembros de la sociedad. A través de los adelantos tecnológicos se puede llegar a varios lugares al mismo tiempo, logrando concentrar un gran número de personas que se sienten atraídas o motivadas de pertenecer a esta innovación. Utilizar redes sociales como Facebook, Twitter, YouTube e Instagram ayuda a la educación a estar actualizada en relación con las TIC, no solo en el acontecer noticioso y estar al día, sino también aprender a trabajar en grupos, intercambiar ideas y generar conocimiento crítico y creativo, propio de un mundo cada vez más competitivo.

- **1.1.2 Redes sociales, literacidad e identidad (es): el caso de Facebook por (Vargas, 2016)**

En este artículo se presentan los primeros resultados de una investigación sobre las relaciones entre prácticas letradas e identidad en la red social Facebook. En este estudio se analiza el papel que juegan las prácticas letradas en una red social como Facebook y como éstas inciden en la construcción de las identidades individuales y colectivas de los sujetos informantes. En el estudio se argumenta que se están produciendo profundas transformaciones en los modos de leer y escribir como resultado de las tecnologías digitales y las redes sociales, y que a través de los discursos multimodales los sujetos construyen de manera más abierta y dinámica sus identidades individuales y colectivas. El corpus está

constituido por las entrevistas en profundidad a dos informantes, grabadas y transcritas siguiendo el modelo de análisis del discurso. El estudio de corte cualitativo-etnográfico arroja como resultados preliminares que los usuarios de la red social Facebook despliega una intensa actividad letrada con un fuerte componente identitario.

Existe una coincidencia entre los dos informantes y es que se trata de sujetos con un grado significativo de formación académica universitaria, lo cual puede orientar los resultados en relación con sus modos de leer y escribir en Facebook. Se requiere comparar estos resultados con los discursos de informantes con menor grado de escolaridad y con adolescentes, lo cual podría brindar resultados diferentes y ricos desde el punto de vista etnográfico al permitir establecer comparaciones entre adultos y jóvenes, entre personas con niveles de educación superior y sujetos con menor formación académica, entre personas de etnias y culturas diferentes, con posiciones políticas antagónicas, etc. Los sujetos estudiados evidencian una amplia e intensa actividad letrada en esta red —a pesar de muchas críticas que hablan de esta red social como un lugar de la banalidad, el ocio y el consumismo—, y cómo esta se encuentra ligada con sus identidades étnicas, individuales y colectivas. Leen y escriben una variedad de textos multimodales y defienden una actitud ante la vida a través de estos. Por otra parte, los asuntos de agencia e identidad resultan consustanciales a sus prácticas letradas en Facebook. Asimismo, los dos informantes se presentan como sujetos críticos frente al poder político, esto se evidencia en el tipo de textos multimodales, caricaturas, artículos críticos frente a la corrupción, al expresidente Uribe, a la hegemonía política y militar de EE. UU y sus países socios en el mundo, a la violación de los derechos de las comunidades afro e

indígenas, etc. Sus prácticas letradas se mueven entre lo serio y lo informal, entre lo académico y lo vernáculo, entre la declaración de principios o ética frente a la vida y sus posicionamientos políticos y el humor y el sarcasmo. En las redes sociales las personas cuentan a través de una variedad de artefactos y textos multimodales sus historias de vida. En otras palabras, construyen identidades fluidas, fragmentarias, diversas que dan cuenta de quiénes son y qué desearían ser, es decir, cómo desean presentarse ante los demás, cómo desean ser vistos y valorados como sujetos y como se resisten a ser considerados como piezas intercambiables de un rompecabezas cultural hegemónico. Una de las líneas de investigación que se derivan de este estudio es la indagación sobre las confluencias entre las prácticas letradas vernáculos y las prácticas académicas. En otras palabras, qué incidencia tiene la actividad letrada en Facebook en los procesos de aprendizaje de los sujetos del estudio. Hasta qué punto la actividad letrada en Facebook enriquece o empobrece los procesos de aprendizaje académico de los sujetos del estudio. O, dicho de otra manera, cómo pueden contribuir las prácticas letradas en línea en Facebook en la apropiación de conocimientos propios de las disciplinas académicas en la educación lingüística, científica y cultural de los sujetos. En esta misma línea de trabajo, otro aspecto prometedor puede ser el estudio las interacciones entre lenguaje estándar y lenguaje vernáculo en la red en la cultura escolar de los jóvenes y residentes digitales. Finalmente, ¿podría contribuir Facebook en la formación de lectores y escritores críticos? Este es otro aspecto que requiere más estudios. En este artículo, los dos informantes se presentan como lectores informados y críticos, pero su nivel de escolaridad y la universidad en la cual se formaron pudieron haber incidido en su postura crítica frente a muchos discursos que circulan en los medios y en la red social. Habría que hacer más investigaciones con adolescentes

o personas con bajo nivel de escolaridad o de universidades privadas de élite, por ejemplo, para medir la influencia de una red social como Facebook en su formación como lectores críticos.

- **1.1.3 Identidad y subjetividad en las redes sociales virtuales: caso de Facebook por (Aguilar, 2010)**

Los llamados espacios virtuales, creados para establecer y fortalecer las redes sociales, han adquirido gran popularidad en los últimos 5 años. Sitios como Facebook o MySpace trascienden las barreras de lenguaje y las fronteras geográficas, permitiendo a los usuarios interactuar con una mayor cantidad de personas, a pesar de la distancia física o las diferencias culturales, en lo que Marshall McLuhan (1964) definiera como la era electrónica . El presente artículo da cuenta de reflexiones que han motivado el proyecto “La construcción de la identidad y subjetividad en los jóvenes en Colombia en las redes sociales virtuales. Caso de Facebook”, cuyo interés se centra en la creación y re-formulación de subjetividad e identidad en las redes sociales virtuales.

El carácter hace que los mapas comunicativos asuman una condición fundamentalmente dinámica, de constante transformación, ya que éstos se verán permeados por los procesos comunicativos tradicionales confrontados y reajustados ante el auge de la digitalización. Es a partir de lo aquí expuesto que existe una serie de retos necesarios a la hora de abordar este concepto y comprender las formas como se construyen las identidades y subjetividades en los individuos en la actualidad, en torno a los nuevos escenarios virtuales que irrumpen y cobran tanto valor y vigencia como los espacios reales en los que las sociedades estaban acostumbradas a establecer sus relaciones desde el contacto físico y la mediación tecnológica limitada a procesos comunicativos tradicionales

(cartas, teléfono, etcétera). Por tanto, los procesos de recepción alrededor de la digitalización ameritan saber qué se recibe, cómo se culturiza y cómo se establecen los mecanismos y estrategias pedagógicas sociales en el interior de las nuevas generaciones bit (Sartori, 2002) que hoy ya han dejado de ser solo niños para convertirse en jóvenes adultos.

- **1.1.4 Actitudes y expectativas del uso educativo de las redes sociales en los alumnos universitarios por (Espuny, 2011)**

Las redes sociales, que en los últimos años han supuesto una auténtica revolución en la forma de relacionarse, todavía siguen siendo algo poco presente en el ámbito académico: las ocasiones en que se utilizan son aisladas y pocas gozan de continuidad. En ese contexto, pretendemos reflexionar acerca de la actitud que los propios estudiantes tienen con respecto del uso, del aprovechamiento didáctico y de las potencialidades que las redes sociales presentan en el ámbito educativo. Para esta reflexión nos hemos valido de una encuesta realizada entre los estudiantes. La intención es que el estudio de esta actitud inicial sea el paso previo necesario para hallar las claves para que el alumnado acepte y materialice el potencial educativo de las redes sociales.

- **1.1.5 Las redes sociales de Internet: también dentro de los hábitos de los estudiantes universitarios por (Parra, 2010)**

Analizar la pertenencia de los jóvenes universitarios a las redes sociales de Internet es un asunto que advierte tres conceptos fundamentalmente: la existencia de la sociedad red incorporada a la realidad junto con otras presencias como las expresadas en la naturaleza y en la vida de ciudad; la cercanía del ciberespacio, en el mismo contorno de la plaza pública, la institución educativa,

la familia o el trabajo; y las potencialidades de Internet como generador de satisfactores para algunas necesidades humanas. Estas realidades justifican la atracción de las redes sociales. Aspectos como la presencia transcultural o la omnipresencia hacen que las redes se comprometan como nodos productores y consumidores de información. A esto se suma que en estas redes las personas fácilmente pueden expresarse, ser escuchadas, compartir identidades, deleitarse con afinidades comunes. Por supuesto, no puede darse por sentado que sean ambientes perniciosos o que por sí mismas tales comunidades sean triviales. De hecho, parte de la convivencia en la red virtual es una extensión de las relaciones sociales cotidianas. Tampoco puede deducirse que por su acceso libre y fácil, las redes sociales se relacionen directamente con los peligros para la integridad de las personas y que estar allí sea ya el camino para abusar y ser abusado. Anterior a la estadía en redes, está la educación recibida de la familia, la escuela, el barrio. Ir en Internet hacia un camino u otro son opciones surgidas en los propios valores de las personas. La eclosión de las redes sociales como punto de encuentro entre las personas determina temores y juicios, a veces apresurados. Es así como llega a advertirse que para los estudiantes universitarios, no son una buena opción, cuando en realidad para este público la red es también atractiva. Estos no van a las redes para sus indagaciones académicas, pero, sin que se vengán a menos éstas, sí van para fines personales y en búsqueda de satisfactores a algunas de sus necesidades.

- **1.1.6 Análisis de la transculturación que producen las redes sociales en la juventud universitaria y su impacto en la era de la identidad planetaria por (Finkel, 2011)**

El objetivo general del presente trabajo fue analizar el fenómeno transcultural que se da por medio de las redes sociales y su efecto en la era de la identidad planetaria en estudiantes de la Facultad de Humanidades de la Universidad Rafael Landívar. Para lograr este objetivo fue necesario identificar la principales redes sociales virtuales, sus características y funciones y cómo son utilizadas por los estudiantes; de igual forma, se determinó el efecto que producen las redes sociales en la cultura de los estudiantes de esta Facultad y se estableció la manera en que la era de la identidad planetaria forma parte de las redes sociales en Internet.

El 97% de los estudiantes que realizaron el cuestionario pertenece al menos a una red social en Internet; entre las redes sociales que predominan en los encuestados se encuentran: Facebook, Twitter, YouTube y Google Plus. Los estudiantes ingresan varias veces al día a sus cuentas y consideran que se ha visto modificada parte de su cultura ante el contacto con estas herramientas; esto se da por medio de los intercambios globales que se dan en Internet, en donde personas de todas partes del mundo comparten e intercambian información.

La tecnología evoluciona rápidamente y las redes sociales forman parte de estos cambios globales y tecnológicos. Los intercambios culturales han unificado a las masas alrededor del planeta, fortaleciendo lazos de unidad mundial y concientizando a las personas acerca de las crisis (económica, ambiental y los conflictos políticos) que vive el mundo en la actualidad. Internet es un espacio en el que se crean identidades planetarias, las cuales participan y forman parte del cambio en el Planeta Tierra.

- **1.1.7 Globalización, internet y transculturación. Reflexiones desde el pensamiento de Fernando Ortiz por (Aguirre, 2018)**



La globalización ha implicado, en gran medida, el fortalecimiento de una cultura del mercado que violenta el ámbito de otras culturas. En este abordaje proponemos volcarnos a la mirada propia, aquella que permite adentrarnos en tradiciones del pensamiento latinoamericano con vigencia en torno al problema de lo humano. Fernando Ortiz, específicamente, desde categorías como desculturación, inculturación, transculturación y neoculturación echa luz para repensar la cultura y las culturas. La transculturación como un proceso de intercambio entre culturas se vuelve una posibilidad necesaria en el marco de una circulación “global” –con claras hegemonías– promovida fundamentalmente por las tecnologías de la comunicación.

- **1.1.8 Cultura de masas. La colonización comunicativa y la transculturización en el pensamiento de Manuel Martín Serrano por (Gómez, Domínguez, 2018)**

Para el profesor Manuel Martín Serrano la apertura de las comunidades a los intercambios comunicativos, usando los medios de comunicación hoy soportados también en las tecnologías electrónicas, aun no lo han cumplido y en cambio esta mediación comunicativa ha acelerado y consolidado lo que él llama "estrategia colonial de" influencias asimilación"; práctica que ahora denominamos transculturización.

El colonialismo se convierte en neocolonialismo cuando logra integrar el comercio y la transculturización en una única red. El elenco de los “países culturalmente colonizados” ha acabado incluyendo a naciones pertenecientes al “primer mundo” y no sólo a las antiguas colonias

- **1.1.9 Juventudes, identidades y transculturación. un acercamiento analítico al rock indígena en chiapa por (Zebadúa, López, Ascencio, 2017)**

En este artículo se examina la producción de música rock indígena en Los Altos de Chiapas como un reflejo de procesos de cambio identitario juvenil. Se muestra que tales procesos no son simplemente la adopción (pasiva) de formas culturales musicales nacionales o internacionales que encuentran en su entorno o en los medios de comunicación, sino que son procesos creativos interculturales e intergeneracionales, basados en sus propias raíces culturales en la búsqueda de su posicionamiento en tiempos de cambios sociales radicales. La música de estos grupos, en espacios públicos y virtuales ha sido catalizador, de oposición o de complementariedad. Se exploran temas como lo sagrado y lo profano, lo occidental y lo indígena, y se analizan los conflictos o encuentros entre lo moderno y lo tradicional.

Los procesos transculturales devienen en la creación de nuevas perspectivas identitarias en los jóvenes indígenas roqueros, por lo que nos encontramos frente a una necesaria postura crítica en cuanto a lo que se percibe como un cambio de visión de las culturas denominadas “originarias”. El rock indígena, como campo de consumo, permite la flexibilidad de los límites de adscripción con los cuales se entendía a estos jóvenes. Al integrar el rock dentro de sus prácticas musicales y fusionarlas con los sonidos de las tradiciones musicales de sus pueblos, estos jóvenes se asumen como ciudadanos del mundo, con agencia social, y se posicionan como actores étnicos que conciben una nueva forma de representarse y de incluirse como parte de las permanentes reconfiguraciones sociales que acontecen en los panoramas socioculturales de las sociedades actuales.

- **Influencia de la transculturación de la identidad cultural en adolescentes y jóvenes del casco urbano y tres comunidades periféricas del municipio de San Sebastián de Yalí en el II Semestre del año 2017 por (Velásquez, Rugama, Tórrez, 2018)**

Esta investigación surge debido a la situación reiteradamente observada en los jóvenes del municipio de San Sebastián de Yalí, la cual es la transculturación de la identidad cultural, en donde primeramente se observó en los jóvenes, que posteriormente fueron sujetos de investigación, actitudes inclinadas al proceso de cambio de cultura.

La vida social de los y las jóvenes del municipio sigue siendo influenciada por transculturación; por ejemplo, las redes sociales, elemento que se adentra a diario en distintos lugares y de diversas maneras en la población; por lo tanto, es importante realizar este trabajo investigativo, ya que la mayoría de influenciados son jóvenes, los que dedican tiempo para interactuar con otras personas con fines no culturales. A partir de ello surge la preocupación de analizar las influencias de la transculturación en la identidad cultural de los jóvenes.

Esta investigación tiene como tema “Influencia de la transculturación en la identidad cultural de los jóvenes del casco urbano y tres comunidades periféricas del municipio de San Sebastián de Yalí en el segundo Semestre del año 2017”.

Para realizar la investigación con los jóvenes fue necesario recolectar información, mediante la aplicación de entrevistas, grupo focal y Escala Likert.

Entre los resultados obtenidos es evidente que los jóvenes manifiestan actitudes transculturales; ellos/ellas presentan poco conocimiento y entusiasmo acerca de la cultura nacional, consolidando su preferencia por el comercio y productos llamativos ofrecidos por diferentes transnacionales, también la publicidad desarrolla en los jóvenes un nivel de pensamiento altamente consumista, por lo que los jóvenes sienten la necesidad de estar estrechamente relacionados con el mundo tecnológico, el cual genera desconocimiento de su contexto nacional.

Es necesario que se fomente en la juventud actual el interés de conocer y practicar la cultura nicaragüense, a la vez infundir en los mismos valores patrióticos que les permitan enriquecer sus conocimientos y así lograr una amplitud en sus actitudes y aptitudes, las cuales brinden espacios a la preservación de la identidad cultural, para luego transmitirla a las generaciones venideras.

- **Del vídeo educativo a objetos de aprendizaje multimedia interactivos: un entorno de aprendizaje colaborativo basado en redes sociales por (Claros, Cobos, 2013)**

Los recursos multimedia, y en particular los vídeos, han sido utilizados en diversas experiencias educativas que demuestran la pertinencia de dicho material en los procesos de enseñanza-aprendizaje. Sin embargo, los métodos tradicionales de creación y edición de contenidos multimedia resultan costosos y complejos para ser llevados a la práctica en un contexto educativo generalizado. Nuestra solución consiste en la reutilización de recursos existentes, que combinados con métodos y prácticas colaborativas, permiten la manipulación y composición de objetos de aprendizaje multimedia-interactivos sobre un entorno

Web abierto denominado Social Media Learning (SMLearning). Este artículo describe las características funcionales de dicho entorno y presenta el resumen de algunas experiencias de su uso, tanto en cursos de grado y postgrado, en el marco de proyectos para el desarrollo de las enseñanzas en la Universidad Autónoma de Madrid.

Este artículo ha presentado SMLearning, un entorno de aprendizaje colaborativo que ofrece asistencia al diseño y composición de material multimedia-interactivo. Esta propuesta va acompañada de una guía metodológica para orientar un conjunto de actividades basadas en un enfoque colaborativo. Además, ha presentado la descripción de dos experiencias que validan esta propuesta, desarrollados en el contexto de Proyectos para el Desarrollo de la Docencia en la UAM.

- **Descripción Cuantitativa y Cualitativa del Espectador de YouTube España (Camacho, 2013)**

Esta investigación analiza el perfil del espectador de vídeos en Internet desde un prisma cuantitativo pero también cualitativo. El artículo se centra en el caso de Youtube España y recopila las investigaciones del autor sobre la materia para aportar una descripción del usuario de la que es la mayor red social de vídeos. La vertiente cualitativa permitirá conocer datos relevantes además del sexo o la edad de los usuarios. Por ejemplo, la investigación concluye, entre otros factores, que el usuario de Youtube importa a la red los mismos gustos y formas de consumo que adopta ante las industrias culturales tradicionales. Retratarlos con datos empíricos el perfil del usuario de Youtube España y abrimos nuevas líneas de investigación.

Ante esta descripción del usuario de Youtube, concluimos que el espectador traslada a Internet sus costumbres y formas de consumo. Es decir, no por tener un acceso potencial a la globalidad va a rechazar el interés por lo cercano. Y tampoco va a rechazar el placer de no interactuar y de limitarse a ver.

Tras la confirmación del perfil glocal del espectador, podemos concluir que en Internet se crean redes virtuales inspiradas en comunidades preexistentes y con limitaciones geográficas. Todo, con el fin de atraer usuarios que tienen en común una identidad cultural y que comparten vídeos vinculados a esa identidad común. Por tanto, las redes sociales están obligadas a localizar sus estrategias de expansión si quieren triunfar en cada uno de los mercados. Sobre todo, en un contexto en el que la penetración de los dispositivos móviles es cada vez mayor y crece la facilidad de localización de servicios y comunicaciones. Es decir, este cambio en las formas de consumo podría influir positivamente hacia la mayor interacción del usuario.

Sin embargo, hoy por hoy, al espectador de vídeos de Youtube le gusta los contenidos procedentes de las industrias culturales tradicionales. Las cadenas de televisión han trasladado su influencia a Internet. Nos encontramos ante un intento bien logrado de las empresas audiovisuales ya consolidadas y que ya dominan el mercado offline para conquistar la red.

Pero una de las conclusiones más polémicas y que abre la puerta para su ratificación en otras investigaciones es la referida al carácter pasivo del espectador de Youtube. La conclusión más inesperada es que existe una traslación de las formas de consumo de la televisión tradicional cuando el espectador ve vídeos por Internet y no interactúa (a pesar de las potencialidades que le ofrece la red). No obstante, la actitud del espectador cambia cuando ve

contenidos en directo y es consciente de que su experiencia es compartida con otras personas. Es en este contexto, cuando el usuario puede adquirir un mayor papel de interacción. El fenómeno multipantalla (ver la televisión en la televisión mientras se usa el teléfono móvil o la tableta) está revolucionando este tipo de interacción.

En este sentido, Youtube está potenciando la emisión de contenidos en directo (por ejemplo, el discurso del Rey de España de 2012 se emitió en directo a través de su canal Casa Real TV en Youtube).

El espectador de televisión solo ha cambiado la pantalla en la que consume pero mantiene algunas de sus actitudes pasivas y sus gustos frente a la televisión tradicional. Como conclusión final, el consumo lineal de contenidos audiovisuales del proceso clásico de la comunicación (emisor-receptor) ha encontrado su continuidad, por el momento, en Internet (al menos en los contenidos grabados o subidos a la red). Algo que asegura la base de la industria audiovisual que solo ve peligrar su futuro por el modo de distribución y no de creación.

- **El vídeo en el ciberespacio: usos y lenguaje (Díaz, 2009)**

El vídeo es el contenido de más rápido crecimiento en el ciberespacio. Los vídeoclips que saltan entre las pantallas suponen un regreso narrativo a los orígenes del cine. En el ciberespacio se dan modalidades audiovisuales características: cibercine, cibertelevisión, televisión a la carta y cibervídeo. Los usos sociales del vídeo en el ciberespacio se solapan con los informativos en un proceso de comunicación horizontal, de enorme potencial, pero que presenta riesgos de fragmentación de la esfera pública. El vídeo es factor de globalización

y vector del info-entretenimiento que coloniza tanto el espacio mediático como el ciberespacio. En el lenguaje hipermedia los elementos expresivos del lenguaje audiovisual clásico se fragmentan. Es necesario explorar nuevos modos interactivos de lenguaje audiovisual e investigar cómo el vídeo vincula el espacio mediático y el ciberespacio en un nuevo ecosistema audiovisual.

La conclusión principal es que el vídeo conforma un ecosistema audiovisual con pilares en el espacio mediático y el ciberespacio. Este ecosistema incluye el cine, la televisión, el cibercine, la cibertelevisión y el cibervídeo. El vídeo interrelaciona fluidamente el espacio mediático y el ciberespacio. En el ciberespacio los usos sociales e informativos del vídeo se solapan en un proceso de comunicación horizontal global, de enorme potencialidad, pero que corre el riesgo de fragmentar la esfera pública, tal como venía siendo delimitada por los medios de masas. El vídeo apenas comienza a desarrollar un lenguaje propio en el ciberespacio.

A partir del planteamiento del problema, se realizó una búsqueda intensiva frente al fenómeno planteado y las diferentes categorías conceptuales que devienen de él. Es así como se pudo construir un panorama mucho más amplio frente a los alcances de esta investigación, logrando vincular cada una de dichas categorías con el objetivo general de la investigación, así como también plantear el marco teórico, la metodología y los instrumentos de evaluación.

## **1.2 Marco teórico**

En relación a los objetivos planteados y lo analizado en el estado del arte, se relacionan a continuación las categorías conceptuales que parten del planteamiento del problema y que buscan



comprender el fenómeno a estudiar a partir de la mirada de diversos autores quienes han planteado dichas categorías en relación con estudios de transformación cultural. Por lo tanto se plantean tres categorías conceptuales, las cuales son: Redes sociales, transculturación y videoblog.

### **1.2.1 Redes Sociales**

Las redes sociales se han convertido en el motor de una sociedad que cada vez se piensa más como una sola, una sociedad la cual se ha fortalecido no solo tecnológicamente sino también en su forma de relacionarse con sus semejantes. La sociedad como se conoce hoy en día hace parte de un proceso histórico de transformación que ha permitido reflexionar sobre los modelos de vida que han transcurrido a través de la historia de la humanidad. Hace unos siglos era impensable el hecho de que las mujeres pudieran vivir en igualdad de género, de que la clase social promedio pudiera tener oportunidades académicas y laborales decentes, de que la ciencia fuera considerada un campo fundamental para comprender cómo funciona el mundo, de que las naciones no se disputaran un territorio. Sin embargo, con la llegada de la Primera Revolución Industrial, se originaron una serie de transformaciones no solo a nivel económico y tecnológico sino también a nivel social, que permitieron pensar el mundo como un lugar donde viven seres humanos con igualdad de condiciones y con las mismas oportunidades a nivel económico, académico y político, algo establecido dentro del Artículo 2 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos promulgada por la Asamblea General de las Naciones Unidas (1948) “Toda persona tiene todos los derechos y libertades proclamados en esta Declaración, sin distinción alguna de raza, color, sexo, idioma, religión, opinión política o de cualquier otra índole, origen nacional o social, posición económica, nacimiento o cualquier otra condición.” (p. 2)

Es desde esa lectura que se puede comprender el panorama actual de la sociedad, donde cada vez más se hace énfasis en promover el respeto y la igualdad entre grupos sociales y

culturales, los cuales a pesar de diferir en sus ideologías o concepción del mundo, puedan estrechar relaciones que permitan el desarrollo de un mundo justo para todos los seres humanos.

Es ahí donde las redes sociales han marcado un hito en este tipo de movimientos dentro de la sociedad, ya que con su llegada hace unas tres décadas, se han evidenciado un sin fin de fenómenos que han permitido el desarrollo de un modelo comunicativo universal, donde no hay límites para que personas de todo el mundo puedan intercambiar sus construcciones socioculturales, conceptualizado por Marshall McLuhan como la aldea global, tal como lo describe en su libro *La galaxia Gutenberg: génesis del homo typographicus* (1985):

Pero es cierto que los descubrimientos electromagnéticos han hecho resucitar el ‘campo’ simultáneo en todos los asuntos humanos, de modo que la familia humana vive hoy en las condiciones de ‘aldea global’. Vivimos en un constreñido espacio único, en el que resuenan los tambores de la tribu (p. 45).

Es así como el desarrollo de las TIC ha permitido que estudiosos de la sociología, la antropología, la comunicación, entre otros campos, puedan crear o redefinir conceptos en base a una serie de transformaciones que han impactado de forma radical a la sociedad, es así como pensar en redes sociales es pensar en una ‘aldea global’, donde grupos socioculturales ya no se resguardan en un espacio físico, sino todo lo contrario, han logrado llegar a todos los rincones del mundo sin siquiera tener que desplazarse físicamente.

Frente a la definición de red social, Gallego (2010) la describe:

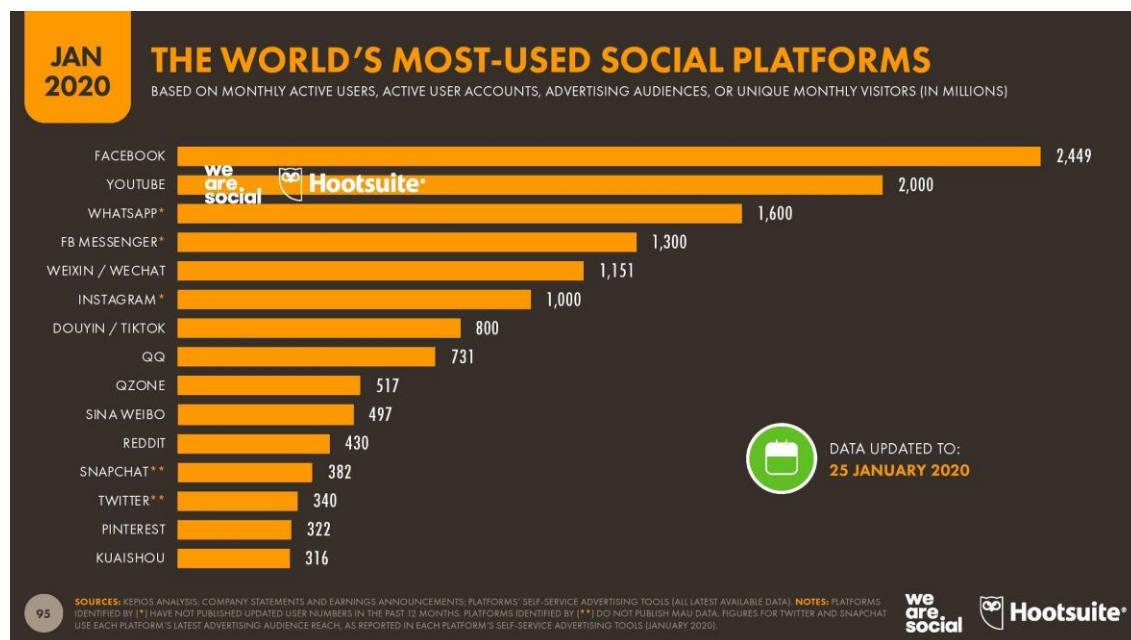
como conjunto de individuos que se encuentran relacionados entre sí. En el ámbito de la informática, la red social hace alusión al sitio web que estas personas utilizan para generar su perfil, compartir información, colaborar en la generación de contenidos y participar en movimientos sociales. Las relaciones de los usuarios pueden ser de muy diversa índole, y van desde los negocios hasta la amistad (p. 176).

Por lo tanto, hoy en día una red social no solo es una alternativa a la falta de presencialidad para forjar lazos entre personas o comunidades, sino que ha desarrollado sus propias dinámicas que han permitido lo que en un espacio físico sería imposible: forjar comunidades de miles de millones de personas, donde cada una de ellas puede participar de forma activa frente a una temática o fenómeno en particular, dejando a un lado el rol tradicional del usuario receptor, el cual está limitado a consumir el contenido proporcionado por el medio sin retroalimentación alguna. Por lo tanto, las redes sociales han permitido redefinir la comunicación y el papel de cada uno de los actores que hacen parte del proceso comunicativo.

El uso de redes sociales ha crecido exponencialmente a nivel mundial, convirtiéndose en una herramienta fundamental para que la sociedad siga funcionando al ritmo que lo hace actualmente. Por lo tanto, su relevancia no sólo ha implicado un impacto en su crecimiento, sino también en su tiempo de uso, tal como se refleja en las siguientes estadísticas tomadas de la plataforma Hootsuite (2020):

### **Figura 1**

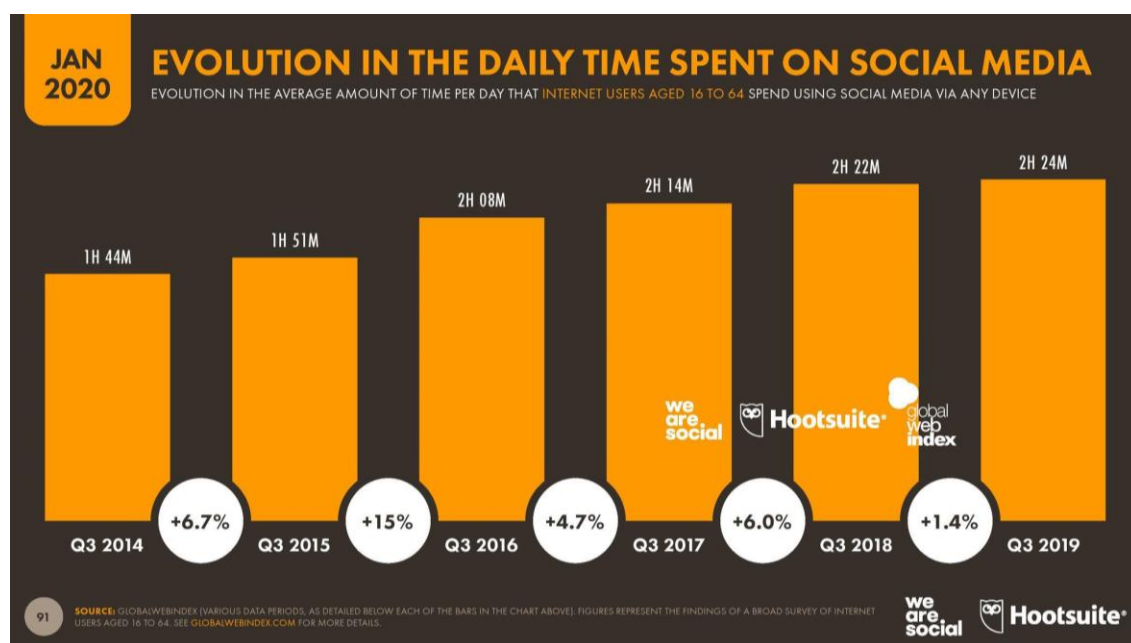
*Las plataformas sociales más usadas del mundo*



*Figura 1. Las plataformas sociales más usadas en el mundo. Copyright 2020 por Hootsuite.*

## Figura 2.

*Evolución en el tiempo diario dedicado a las redes sociales*



*Figura 2. Evolución en el tiempo diario dedicado a las redes sociales. Copyright 2020 por Hootsuite.*

Como se da cuenta en las anteriores gráficas, alrededor de 2450 millones de personas hacen uso periódico de una o más redes sociales, lo cual representa alrededor del 30% de la población mundial actual, donde en promedio se dedican unas dos horas y veinticuatro minutos (2h, 24 Min) al uso de redes sociales, lo cual representa un 10% de uso diario. Entre las cinco redes sociales más usadas por los usuarios destacan: Facebook, YouTube, WhatsApp, Facebook Messenger y WeChat. Estos datos representan el impacto y alcance que han generado este tipo de plataformas a nivel mundial, donde su uso se potencia cada vez más, y por ende, las dinámicas socioculturales que se fortalecen dentro de estas se vuelven cada vez más importantes para el desarrollo social del ser humano.

### **1.2.1.1 Historia de las Redes Sociales**

A mediados y finales de los años 90, con la llegada de los computadores personales, la expansión de internet y el crecimiento exponencial de la World Wide Web (o simplemente la web), el concepto de ciberespacio empezó a cobrar fuerza, pensándose internet como una red de comunicación que desencadenó una serie de transformaciones a nivel social y cultural sobre las formas en que las personas podían interactuar entre ellas, conceptualizando el ciberespacio como un lugar en el cual habitan los usuarios de la web por medio de internet.

Inicialmente la comunicación en la web estaba establecida desde la unidireccionalidad en las páginas web, ya que su objetivo era proporcionar información sin retroalimentación alguna por parte de los usuarios, es así como nacen las redes sociales, en busca del desarrollo de una comunicación bidireccional e incluso multidireccional entre los usuarios.

Frente a la comunicación unilateral o bidireccional propia del universo mediático, en el ciberespacio la comunicación es horizontal, multidireccional. Los usuarios son, según el caso, emisores o receptores, sin jerarquía entre ellos y con plena capacidad para contribuir a ese intercambio en el grado que cada uno desee (Cebrián, 2008, p. 349)

Pero es a partir de dicha unidireccionalidad y la limitación comunicacional que implicaba el solo hecho de chatear por medio de texto escrito que se pensó que la web no satisfacía ciertas necesidades sociales en el ya establecido ciberespacio, ya que la mayoría de usuarios estaban limitados a consumir y no a producir su propio contenido, de allí que a principios de la década del 2000 se empieza a hablar de la Web 2.0 con la llegada de los blogs, las wikis y la redefinición de las redes sociales virtuales como espacios que ya lograban satisfacer gran parte de los requerimientos sociales, definiéndose de forma automática todo el periodo de la web anterior a este como la Web 1.0.

En el año 1995 se creó una de las primeras redes sociales virtuales en la web, Classmates.com, la cual fue pensada como un directorio en donde los estudiantes podían socializar con sus compañeros de clases, pero fue en el año 1997 que SixDegrees.com logró posicionarse como una de las primeras redes sociales reconocidas a nivel mundial, la cual permitía crear perfiles propios y añadir amigos, pero aún presentaba limitaciones: la interacción directa entre usuarios, ya que por esos tiempos la Web 1.0 aún era el estándar en el desarrollo de páginas web.

Es así como en 2003 llega MySpace de la mano de la Web 2.0, la cual fue una de las primeras redes sociales que combinaba el uso del chat con la creación de comunidades online, en donde los usuarios podían publicar una gran variedad de contenido multimedia y compartirla con los usuarios de la plataforma, algo que sin duda alguna fortaleció todo el proceso de transformación social y cultural que se venía dando a causa de la expansión de internet en todo el mundo, tal cual lo mencionan Aguilar y Said (2010):

Con su aparición, las redes sociales virtuales han entrado a ser parte fundamental de la interacción de millones de personas en el planeta y, de esta manera, a viejas prácticas sociales y formas de comunicación interpersonal, que a su vez generan nuevas prácticas, lenguajes, y formas de socialización, tanto en la esfera social presencial, como en la virtual, así como nuevas formas de identificarse, representarse a sí mismos y ejercer su ciudadanía [...] (p.3).

### 1.2.1.2 TIC y educación

Dentro de las redes sociales, hay un fenómeno de trasfondo el cual ha permitido el desarrollo de este tipo de plataformas tecnológicas, las TIC. Fernández (2005) las define de la siguiente forma:

Las TIC se definen colectivamente como innovaciones en microelectrónica, computación (hardware y software), telecomunicaciones y optoelectrónica - microprocesadores, semiconductores, fibra óptica - que permiten el procesamiento y acumulación de enormes cantidades de información, además de una rápida distribución de la información a través de redes de comunicación. La vinculación de estos dispositivos electrónicos, permitiendo que se comuniquen entre sí, crea sistemas de información en red basados en un protocolo en común. Esto va cambiando radicalmente el acceso a la información y la estructura de la comunicación, extendiendo el alcance de la red a casi todo el mundo [...] Herramientas que las personas usan para compartir, distribuir y reunir información, y comunicarse entre sí, o en grupos, por medio de las computadoras o las redes de computadoras interconectadas. Se trata de medios que utilizan tanto las telecomunicaciones como las tecnologías de la computación para transmitir información. (p. 1)

Las TIC han sido de gran importancia para la construcción de la sociedad de la información, ya que han facilitado el desarrollo de avances a nivel tecnológico, los cuales han permitido la concepción de nuevas herramientas que permiten facilitar y agilizar el desarrollo de una serie de procesos que permiten interconectar a la sociedad con el mundo entero. Las redes sociales como se conocen hoy en día son una realidad gracias al desarrollo de nuevos lenguajes de programación, a la potenciación del uso de internet en diferentes lugares del mundo, al desarrollo de microchips muchos más veloces que permiten no solo agilizar los procesos informáticos sino hacer mucho más ergonómicos y eficientes los dispositivos electrónicos, por ende, más baratos y accesibles. Por ende, las TIC son la base del desarrollo de las redes sociales, sin ellas sería imposible tan siquiera pensar en su existencia.

También cabe destacar el papel de las TIC en el desarrollo de procesos de transformación a nivel simbólico dentro de un grupo social, donde solo el hecho de implementar un dispositivo o tecnología dentro de un contexto determinado ya promueve el desarrollo de nuevas prácticas con respecto al lenguaje, los símbolos y signos que son particulares de un grupo social determinado, así como lo menciona Cardozo (2011) “Las TIC impulsan las redes como un fenómeno de movimiento social para transformar las dinámicas simbólicas de la sociedad y así dar inicio a un nuevo desarrollo de diferentes culturas, realizado con icónicos existentes en las mismas redes sociales” (p. 1).

### **1.2.1.3 Redes Sociales y Educación**










Dentro del mundo de la educación, cabe resaltar el papel que han tenido las TIC en la búsqueda de una sociedad alfabetizada frente a las herramientas tecnológicas que hoy en día son vitales en el desarrollo social y cultural. Las redes sociales han permitido que la educación haya traspasado la barrera de la presencialidad, donde estudiantes y profesores pueden desarrollar comunidades en las cuales puedan compartir, crear y explorar a través de todas las herramientas que ofrecen este tipo de plataformas, tal como menciona García (2008) “En el caso concreto de la aplicación de estos recursos al mundo de la educación, debemos reconocer que, gracias a la web 2.0 y a su especial hincapié en las dinámicas sociales, se ha favorecido la creación de comunidades virtuales de aprendizaje y de multitud de redes de colaboración entre iguales.

Las siguientes estadísticas muestran los principales canales seguidos por los colombianos:

#### **Figura 3.**

*Top 250 Youtubers in Colombia sorted by SB Rank*



Rank	Grade	Username	Uploads	Subs	Video Views
1st	A+	 <a href="#">Anuel AA</a> 🎵	54	17.8M	3,121,193,066
2nd	A	 <a href="#">toycantando</a> 🎵	384	18.2M	9,015,493,732
3rd	A	 <a href="#">Codiscos</a> 🎵	6,417	7.28M	5,313,105,509
4th	A	 <a href="#">jbalvinVEVO</a> 🎵	177	13.5M	14,480,751,434
5th	A	 <a href="#">Sam Dante</a> 🐦	146	473K	104,983,190
6th	A	 <a href="#">Canal RCN</a> 🐦	10,061	3.9M	2,265,816,235
7th	A	 <a href="#">Rubio Studios</a> 🎵	1,253	629K	652,483,654
8th	A-	 <a href="#">enchufetv</a> 📺	1,386	23.2M	8,680,190,349
9th	A-	 <a href="#">Lulu99</a> 🐦	299	9.8M	1,327,390,338

*Figura 3.* Top 250 Youtubers in Colombia sorted by SB Rank. Copyright 2020 por Social Blade.

Tal como menciona Lavado (2010) “los contenidos de YouTube nos proporcionan una amplia radiografía sobre los gustos y tendencias de consumo de la red en general” (p. 89). Es así como este tipo de estadísticas permiten tener una perspectiva general de qué tipo de contenido es el que consumen los usuarios de una determinada región, permitiendo así hacer un análisis desde todas las áreas del conocimiento posibles. La anterior gráfica por ejemplo permite determinar qué tipo de temáticas son las que llaman la atención en Colombia y si los canales más populares son nacionales o internacionales.

#### 1.2.1.4 YouTube

El origen de YouTube se remonta al año 2005, cuando tres jóvenes empleados de la compañía PayPal, tuvieron la idea de desarrollar una plataforma en la cual se pudieran almacenar y compartir videos digitales con mayor peso y duración, ya que en ese entonces, el único medio por el cual podía

compartirse un video era por correo electrónico o directamente por medios físicos de almacenamiento como CDs. YouTube fue un rotundo éxito desde su lanzamiento, y en el año 2006 fue comprada por la compañía Google Inc, la cual vio el potencial que tenía para incluirse dentro de su marca.

La filosofía con la cual fue pensada la red social fue clara: cualquier usuario puede no solo acceder gratuitamente a la plataforma, sino también crear sus propias librerías o ‘canales’ en los cuales almacenar vídeos y acaparar a una comunidad de seguidores de todos los lugares del mundo. Inicialmente YouTube al igual que muchas redes sociales lograron sobrepasar el límite de sus capacidades gracias a la comunidad de usuarios quienes lograron impulsar estas plataformas para convertirse en todo un fenómeno sociocultural.

#### **1.2.1.5 Creadores de Contenido y Youtubers**

“El término hace referencia a los creadores de contenido que graban en vídeo piezas sobre sí mismos o sobre su entorno, que protagonizan dichas piezas o que administran esos contenidos en un canal de YouTube [...]”(Berzosa, 2017, p. 17)

Esta moda de los Youtubers o creadores de contenidos, empezó en el año 2005, Youtube da aviso a un nuevo programa llamado “Youtube partner” el cual fue creado con el propósito de remunerar a los creadores por subir videos a la plataforma, este programa empezó a funcionar ya que era una motivación para crear y subir videos, los cuales por ciertos números de vistas los Youtubers recibían un pago, tiempo después de la iniciativa que anunció la plataforma, surgieron los Youtubers más conocidos, que se fueron convirtiendo en líderes de audiencias, obteniendo millones de vistas y de suscriptores.

Para los Youtubers es muy importante el número de reproducciones y likes que tengan sus videos, pues la finalidad de crearlos es que los usuarios se motiven a seguirlos y así ayudar al crecimiento de su canal, para lograr ese objetivo, los youtubers se dedican a crear un contenido que casi siempre se dirigen a jóvenes y para ello se deben manejar temáticas diferentes que incluyan a

todo tipo de público así como lo menciona (Berzosa, 2017) “ Los hay de tantos tipos como temáticas y personalidades diferentes podamos imaginar. Desde asuntos personales a videojuegos, guías y tutoriales, miniseries, música, humor, animaciones” (p.17)

Los creadores de contenido tienen algo en común entre todos, y es tener una narrativa que atrape a los usuarios con la intención de ir creando una comunidad que los apoye, además ceñirse a retos, tutoriales, challenge, bailes, son tendencias que permiten que lleguen a otras comunidades y que logre tener videos con muchas más visitas, generando un red de seguidores como lo menciona (Berzosa, 2017) “ Y es muy importante la existencia de la comunidad, gente que sigue a los youtubers, pero también de los propios youtubers, con sentimiento de pertenencia a un grupo común.” (p.17)

### **1.2.2 Transculturación**

En la construcción de la sociedad moderna han participado una gran cantidad de sucesos históricos que vienen desde la prehistoria hasta la actualidad, los cuales han acompañado al ser humano al desarrollo de una serie de estrategias de supervivencia que le han permitido tener una visión holística del mundo, donde su capacidad de razonamiento ha ocasionado que la fuerza natural sea cada vez menos un riesgo para su subsistencia, y por ende, ha sido el impulso para que dentro de su búsqueda haya logrado desarrollar, transformar y facilitar una serie de procesos que han permitido concebir el mundo como lo que es hoy en día.

La humanidad históricamente se ha transformado culturalmente a través de una serie de movimientos sociales, políticos y artísticos, los cuales han representado el inicio o la extinción de una serie de prácticas particulares de un grupo social determinado. Muchos de estos movimientos promovieron prácticas que hoy en día aún siguen vigentes dentro de la sociedad y que siguen siendo estudiadas por diferentes áreas del conocimiento. Pero es en el Siglo XX cuando se plantean una serie de estudios en medio de las fuertes transformaciones socioculturales que se estaban evidenciando en todo el mundo: el desarrollo de la aeronáutica, la primera y segunda guerra mundial, la llegada de los

medios de comunicación, el desarrollo de la computación, la llegada del hombre a la luna, la caída del muro de Berlín, entre otros sucesos históricos que marcaron un antes y un después en el desarrollo de la sociedad. La antropología demostró un gran interés por comprender las turbulentas transformaciones que se estaban viviendo en el mundo a raíz de todas estas transformaciones, es así como entre esos estudios se encuentra un término el cual fue popularizado por el antropólogo Fernando Ortiz, la transculturación.

El antropólogo quien es cubano, se interesó por estudiar los diferentes procesos de transformación cultural que estaban dando origen en su país natal. Este concepto parte del término aculturación, el cual es definido por Redfield, Linton y Herskovits (1936) como “aquellos fenómenos que resultan cuando grupos de individuos con culturas diferentes entran en un contacto de primera mano con cambios subsecuentes en los patrones de la cultura original o en ambos grupos.” (p. 149).

Malinowski (1983) define la transculturación como:

un proceso en el cual emerge una nueva realidad, compuesta y compleja; una realidad que no es una aglomeración mecánica de caracteres, ni siquiera un mosaico, sino un fenómeno nuevo, original e independiente. Para describir tal proceso, el vocablo de raíces latinas transculturación proporciona un término que no contiene la implicación de una cierta cultura hacia la cual tiene que tender la otra, sino una transición entre dos culturas, ambas activas, ambas contribuyentes con sendos aportes, y ambas cooperantes al advenimiento de una nueva realidad de civilización.

Por lo tanto, este fenómeno implica un intercambio cultural, en la cual dos culturas que se encuentran en contacto están influyendo una a otra a transformar una serie de prácticas y patrones culturales. Es así como en la historia de la humanidad, diversas prácticas se han considerado obsoletas y han pasado a ser reemplazadas por otras que se consideran más eficientes para el progreso de la sociedad, donde dichas prácticas de una u otra forma dan lugar a que se desarrolle un nuevo modelo

social y cultural que termina predominando sobre las demás. Es así como la transculturación también pasa a ser un proceso en el cual hay historia, donde las raíces culturales que antes hacían parte de un individuo o grupo social siguen estando presentes, es por eso que este término permite comprender con mayor profundidad lo que hay detrás de un fenómeno de transformación cultural, donde hay un proceso que deja marcas y que enriquece.

Rama (1982) describe la transculturación a través de los procesos que están inmersos dentro de este fenómeno:

entendemos que el vocablo transculturación expresa mejor las diferentes fases del proceso transitivo de una cultura a otra, porque éste no consiste solamente en adquirir una cultura, que es lo que en rigor indica el término aculturación, sino que el proceso implica también necesariamente la pérdida o desarraigo de una cultura precedente, lo que pudiera decirse una parcial desculturación, además, significa la consiguiente creación de nuevos fenómenos culturales que pudieran denominarse neoculturación. (p.32).

Desde estos planteamientos, la transculturación parte de tres momentos, el primero de ellos es un proceso de aculturación, en el cual se adquieren elementos pertenecientes a una cultura externa, luego de ello se continúa con un proceso de desculturación, en el cual estos elementos influyen en la pérdida de la cultura nativa y finalmente se da un proceso de neoculturación, en el cual se asimilan estos elementos y se desarrolla así una nueva cultura. Por lo general, estos procesos se dan de forma gradual de acuerdo al grado de impacto e influencia que la cultura externa está generando sobre los individuos o grupos sociales.

### **1.2.2.1 Cultura**

El concepto de cultura ha sido trabajado ampliamente en busca de comprender el origen y el desarrollo de los diferentes movimientos que hacen parte de una serie de grupos sociales y que los identifican, Harris (2011) cita al antropólogo Edward Burnett

Tylor en busca de una definición de este término, donde describe que “la cultura... en su sentido etnográfico, es ese todo complejo que comprende conocimientos, creencias, arte, moral, derecho, costumbres y cualesquiera otras capacidades y hábitos adquiridos por el hombre en tanto que miembro de la sociedad” (p. 4).

La UNESCO (2011), destaca las particularidades de este término:

la cultura debe ser considerada el conjunto de los rasgos distintivos espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o a un grupo social y que abarca, además de las artes y las letras, los modos de vida, las maneras de vivir juntos, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias (p.1).

### **1.2.2.1 Identidad cultural**

Partiendo de que cada cultura posee una serie de elementos que las hace características unas de otras y que dichas son objeto de transformación con el paso del tiempo, es necesario hablar del concepto identidad cultural, el cual según Malano (2007) “encierra un sentido de pertenencia a un grupo social con el cual se comparten rasgos culturales, como costumbres, valores y creencias.”(p.6).

En este orden de ideas, la identidad es concebida dentro de este concepto como la parte delimitadora entre una cultura y otra, la cual con el paso del tiempo puede llegar a transformarse, logrando generar cambios ya sea dentro de una cultura o incluso dar origen a una, algo que menciona Restrepo (2012):

Las identidades son construcciones históricas y, como tales, condensan, decantan y recrean experiencias e imaginarios colectivos. Esto no significa que una vez producidas dejen de transformarse. Incluso aquellas identidades que son

imaginadas como estáticas y ancestrales, continúan siendo objeto de disímiles transformaciones [...] (p. 131).

### **1.2.2.3 La cultura de masas**

La cultura de masas es un concepto ampliamente desarrollado desde mediados del siglo XX con la llegada de los medios de comunicación a todos los lugares del mundo. A mediados del siglo XX, críticos como la Escuela de Frankfurt se dieron la tarea de investigar sobre los diferentes fenómenos socioculturales que los medios estaban generando en la sociedad y el poder que representaban para generar manipulación frente a los hechos sociales o dar origen a una sociedad masificada y del consumo. Como menciona Aguirre (2018), en los medios de comunicación “se potencian nuevas y otras experiencias humanas a través de las industrias de las telecomunicaciones, lo audiovisual y la denominada revolución digital. Ello significa un cambio de época donde se desdibujan fronteras (territoriales), nos inundan símbolos principalmente asociados al consumo y al mercado.” (p.4)

Entendiendo los medios de comunicación como un fenómeno sociocultural que promueve una serie de patrones en busca de una sociedad unificada frente al consumo, el fenómeno transcultural cobra protagonismo al interpretarse dentro de la hegemonía social como un “hecho sin precedentes”, tal como menciona Gómez y Domínguez (2014) “La capacidad transculturizadora de los medios de difusión es posible porque la información proveniente de la cultura dominante se emite privilegiando su visión y conquista las audiencias impulsando la circulación libre de la información, al igual que los programas de entretenimiento que producen en las comunidades receptoras [...].(p,2) así, popularizan canciones, películas y otros productos de la industria cultural que, al copar el ocio de las generaciones jóvenes, se va implantando en sus deseos, llevándolos a consumir sus productos y tecnologías.”

### 1.2.3 La Historia del Video

La revolución del video llegó a mediados de los años 60', en busca de desarrollar un medio de almacenamiento de transmisión de imágenes secuencial, inicialmente analógico (por medio de cintas de 8mm y VHS) y luego digital (por medio de CD's, DVD's). La televisión fue uno de los primeros medios que se benefició del video, ya que para transmitir un programa televisivo debían hacerlo en vivo o a través de los dispositivos con los que se realizaba cine, es así como el video nace en la televisión.

Pero con la llegada de la revolución digital y la homogeneización de medios de almacenamiento, ya no se pensó el vídeo como una tecnología exclusiva de la televisión, sino que empezó a hacer parte de otros medios como los computadores, los cuales a finales de los 90' ya tenían la capacidad de reproducir DVD's, e incluso visualizarlos en internet. Pero no fue hasta que la banda ancha empezó a utilizarse en redes de internet que el vídeo pudo cobrar mayor protagonismo dentro de las redes sociales virtuales.

“Los vídeos son hoy una parte sustancial de las interacciones que crean una información globalmente compartida a la que, según una metáfora espacial, llamamos ciberespacio, espacio navegable, espacio que podemos navegar gracias al lenguaje hipertextual (Manovich, 2001, p. 251).”

Como se describió anteriormente, el vídeo tiene un protagonismo sin precedentes en las redes sociales virtuales, donde una de ellas, enfocada específicamente a la transmisión de esta tecnología, es la segunda con más usuarios en todo el mundo, YouTube.

Por lo tanto, analizar el impacto transcultural que han tenido las redes sociales virtuales en los usuarios de estas plataformas, implica también analizar las tecnologías que predominan dentro de ellas.



Pero no hay que olvidar que al igual que las redes sociales virtuales, los vídeos también han tenido un gran impacto dentro del sector educativo, como describe Kearney y Treagust (2001) “una de las primeras experiencias registradas sobre el uso de vídeos como recurso educativo se remonta a los años 50, en donde la Asociación Americana de Profesores de Física en Estados Unidos, ordenó la producción de un conjunto de “ayudas visuales” como material de apoyo a la enseñanza de la física.” (p. 66). Hoy en día es común encontrar en plataformas como YouTube canales dedicados a la divulgación científica, el desarrollo de habilidades, la dominación de una lengua extranjera, el análisis crítico, entre otros, los cuales terminan haciendo parte de esa hegemonía medial que busca centralizar todo tipo de contenidos desarrollados dentro y fuera del ciberespacio, encapsulándose y potenciándose no solo dentro de los ámbitos sociales sino también en la economía, o lo que se denominó anteriormente como el consumo.

### **1.2.3.1 ¿Qué es un videoblog?**

Internet ha modificado la manera de comunicarnos por medio de la red, pues esta desertó de ser una comunicación unidireccional gracias a la cercanía que permite tener internet con los usuarios, creando redes de comunicación, permitiendo la participación de varias personas haciendo el papel de receptor y emisor. Muchas páginas, buscadores y formatos abren el espacio para tener una retroalimentación con los contenidos que se buscan, internet permite que tengamos una comunicación participativa, donde se puede expresar ideas, gustos, puntos de vista; a partir de esto es que se han cambiado roles dentro de la internet, donde se pasó de ser un receptor de contenido a un creador, generando nuevos sitios webs y nuevas herramientas digitales.

El videoblog es un formato creado por los Youtubers, quienes empezaron a ver este como una alternativa para compartir videos y subirlos a la internet, el video blog es toda una producción ya que este consiste crear un guión, escoger un espacio de grabación y equipos audiovisuales, la narrativa la decide el autor, esta categoría tiene diferentes tipos de video que cuentan con diferentes características,

los videoblogs pueden tener contenidos desde, opiniones, tutoriales, retos, relatos diarios del autor, todo esto para entregar un contenido más cercano que una lectura o una página web, Morales (2017) cita a Aguilar (2009), en cual dice que “El hábito contemporáneo de aprendizaje mediante tutoriales, (realizados en muchos casos con fines comerciales, pero en otros simplemente con la idea de compartir conocimientos) es una forma cada vez más popular de adquirir destrezas en el uso de herramientas y programas informáticos. Este método es utilizado, desarrollado y compartido por los videobloggers como otra forma de generar comunidad a partir del intercambio de información” (p,53) en youtube casi siempre el contenido lo pide más la audiencia ya que ellos ven lo que les interese y el deber de el creador de contenido es tener una red de comunidad en la que se pueda expresar, identificar y sobre todo pueda tener una interacción.

### **1.2.3.2 Tipos de videoblogs**

Los videoblogs son una categoría del vídeo, el cual se caracteriza por contenidos dinámicos creados por el autor, el videoblog se ha hecho muy popular en internet los últimos años ya que es un formato muy fácil de producir y los temas a manejar son derivados de los gustos de los mismos productores.

Los tipos de videoblogs los clasifica Youtube como video clips, video blogs, noticias y películas, los cuales se ajustan a lo que las personas quieran trabajar y enseñar por medio de ellos en la plataforma.

Los más usados por los creadores de contenido son los temas de interés general, anécdotas, experiencias y reviews de algún lugar, restaurante o producto, tutoriales de cocina, software, moda, recomendaciones de algo en particular y gameplays. Estos son los tipos de videoblogs más usados por los Youtubers, sin embargo el contenido que genera más reproducciones, me gusta y suscripciones al canal del creador, son temas de la actualidad y tendencias que predominan en las redes sociales.

## **Capítulo 2: Metodología**

### **2.1 Tipo de estudio**

El objetivo de este trabajo es comprender cómo se ha dado origen a un proceso de transculturación dentro de los estudiantes del programa Ciencias del Deporte y la Recreación de la Universidad Tecnológica de Pereira (UTP) a partir de los videoblogs en YouTube, por lo tanto, este proyecto de investigación parte desde un enfoque cualitativo, ya que como menciona Blasco y Pérez (2007) “estudia la realidad en su contexto natural y cómo sucede, sacando e interpretando fenómenos de acuerdo con las personas implicadas” (p. 15). Es así como este tipo de enfoques investigativos permiten analizar y comprender fenómenos socioculturales que han impactado dentro de un contexto social determinado como es el caso de esta investigación, donde lo que se busca es dar solución al problema planteado a través de una serie de instrumentos metodológicos de orden cualitativo, que permitirán lograr un acercamiento con la muestra a estudiar.

El diseño de esta investigación parte de una metodología descriptiva, ya que en el objetivo planteado lo que se busca es identificar cómo se ha originado el fenómeno transcultural dentro de la comunidad mencionada. Como plantea Tamayo y Tamayo (1994) esta metodología comprende el “registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual y la composición o procesos de los fenómenos. El enfoque se hace sobre conclusiones dominantes o sobre cómo una persona, grupo o cosa se conduce o funciona en el presente” (p.) por lo tanto, este tipo de metodologías abandonan hechos históricos o predicciones frente al fenómeno, aquí lo que se busca es comprender cómo está ocurriendo dentro del contexto planteado en el tiempo inmediato. Es así como esta investigación buscará dar cuenta de eso.

### **2.2 Universo**

Se establece como el universo de esta investigación la comunidad de estudiantes de pregrado de la Universidad Tecnológica de Pereira (UTP), la cual es una institución colombiana, de carácter público, que a 2020 cuenta con aproximadamente 18.000 estudiantes de pregrado y 1.265 de posgrado.

La UTP cuenta con dieciocho programas de pregrado presenciales, cinco carreras tecnológicas, dos carreras técnicas, diecisiete maestrías, diez especializaciones y tres doctorados.

### **2.3 Población**

La población para investigar son los estudiantes de Ciencias del Deporte y la Recreación, pregrado el cual fue autorizado como programa de formación en la universidad Tecnológica de Pereira en el año 1989, que consta de 10 semestres, en la cual fue otorgada la resolución de acreditación de alta calidad el 17 de Julio de 2018.

La población a trabajar son jóvenes que acceden fácilmente a las redes sociales, por ende tienen una cercanía con los videoblogs, la mayoría de los universitarios de esta carrera ingresan a plataformas como Youtube, buscando temas de interés que podrían estar relacionados con sus mismos estudios y que no conocen el video como un formato de interacción cultural, ya que en su carrera no se ha visto ningún tipo de formación acerca del video y la influencia que pueden tener, generando cambios en sus comportamientos, ya que se encargan de consumir contenidos que llaman su atención y que inconscientemente para ellos no están haciendo un cambio significativo en sus prácticas culturales.

### **2.4 Muestra**

La muestra representativa para esta investigación son los estudiantes de sexto semestre del pregrado de Ciencias del Deporte y la Recreación, que poseen una característica principal, la cual es el frecuente acceso a internet, con una edad aproximada entre los 18 a 22 años ya que son edades flexibles (y que entran dentro de la dinámica de lo virtual, que podrían dejarse influenciar), jóvenes con un nivel académico medio alto, que permite identificar conceptos y definiciones claras que han apropiado en el proceso de aprendizaje durante su carrera, lo cual permite saber que al escoger entre 8 a 10 estudiantes, es pertinente para llevar a cabo el análisis planteado dentro de la investigación.

## 2.5 Fases

La siguiente investigación se desarrollará en las siguientes fases con sus respectivos momentos:

### ○ 2.5.1.1 Fase I (Diagnóstico)

Determinar de qué forma los estudiantes de sexto semestre de CDR hacen uso de YouTube

- **Momento I: Planteamiento del problema:** se establece el panorama general de la investigación a partir de la descripción de la problemática, buscando argumentar desde el contexto local, nacional e internacional los motivos por los cuales se ha originado la investigación entorno a la problemática.
- **Momento II: Revisión bibliográfica:** se establecen los textos científicos que servirán de base para el desarrollo de las correspondientes categorías de estudio.
- **Momento III: Definición de categorías de estudio:** a partir de los textos científicos planteados con antelación, se establecerán las categorías de estudio y los autores que proporcionarán sus correspondientes definiciones, buscando relacionar sus posturas con el planteamiento del problema.
- **Momento IV: Recolección de información**
  - **Diseño Cuestionario Diagnóstico:** se plantea el uso de un cuestionario diagnóstico que permita acercar la muestra con el fenómeno a investigar, para ello se utilizará la plataforma Google Forms en donde se dispondrán cuatro secciones de preguntas relacionadas con el uso de la red social YouTube

**Figura 4**

*Encuesta sobre el uso de YouTube*

## Encuesta sobre el uso de YouTube

La siguiente encuesta busca identificar el uso que hacen de la red social YouTube los estudiantes de Ciencias del Deporte y la Recreación de sexto semestre de la Universidad Tecnológica de Pereira.

Esta encuesta está realizada con fines académicos, por lo tanto, la UTP no se hace responsable sobre el manejo de los datos dispuestos allí.

**\*Obligatorio**

### 1. Género \*

*Marca solo un óvalo.*

- ☐ Mujer
- ☐ Hombre
- ☐ Prefiero no decirlo
- ☐ Otro: \_\_\_\_\_

### 2. Selección de rango de edad \*

*Marca solo un óvalo.*

- ☐ Entre 16 y 20
- ☐ Entre 21 y 25
- ☐ Entre 26 y 30
- ☐ Entre 31 y 35
- ☐ Mayor de 36

3. ¿Realiza algún(as) de las siguientes actividad(es) fuera del campus universitario?

*Selecciona todos los que correspondan.*

- ☐ Tengo un empleo
- ☐ Pertenezco a un club o semillero
- ☐ Realizo deporte
- ☐ Asisto a eventos culturales
- ☐ Ninguna

4. ¿Cuál es el dispositivo tecnológico que más utiliza?

*Marca solo un óvalo.*

- ☐ Smartphone
- ☐ Portátil
- ☐ Televisor
- ☐ Tablet
- ☐ Computador de mesa

5. ¿Hace uso de YouTube?

*Selecciona todos los que correspondan.*

- ☐ Sí
- ☐ No

*Salta a la pregunta 6*

Uso de YouTube



6. ¿Desde hace cuánto tiempo hace uso de YouTube?

*Marca solo un óvalo.*

- ☐ Menos de 1 año
- ☐ 1 a 2 años
- ☐ 3 a 4 años
- ☐ 5 a 7 años
- ☐ Más de 8 años

7. ¿Con qué frecuencia hace uso YouTube semanalmente?

*Marca solo un óvalo.*

- ☐ Una vez a la semana
- ☐ De dos a tres veces a la semana
- ☐ Cinco o más días a la semana

8. ¿Con qué frecuencia hace uso de YouTube diariamente?

*Marca solo un óvalo.*

- ☐ Menos de 1 hora
- ☐ 1 a 2 horas
- ☐ 3 a 5 horas
- ☐ 6 a 8 horas
- ☐ Mayor a 8 horas

Uso de YouTube

## 9. ¿Con qué objetivo hace uso de YouTube?

*Selecciona todos los que correspondan.*

- ☐ Buscar tendencias
- ☐ Buscar temas de interés
- ☐ Crear contenido
- ☐ Potenciar un modelo negocio
- ☐ Entretenimiento y ocio
- ☐ Seguir Canales de Youtubers

## 10. ¿Para usted qué ventajas y desventajas tiene Youtube?

---

---

---

---

---

## 11. ¿De qué manera participa en YouTube?

*Selecciona todos los que correspondan.*

- ☐ Creando contenido
- ☐ Difundiendo contenido
- ☐ Comentando publicaciones
- ☐ Creando comunidades y/o grupos de interés
- ☐ Solo visualizo, no participo
- ☐ Seguir canales

## 12. ¿Visualiza algún canal de un youtuber?

*Marca solo un óvalo.*

- ☐ Sí
- ☐ No

13. Si contestó de manera afirmativa la pregunta anterior, conteste: ¿Cuál(es) son los Youtubers que más visualiza? ¿por qué?

---

---

---

---

---

14. ¿Qué aspectos positivos y/o negativos reconoce en los Youtubers?

---

---

---

---

---

15. ¿Qué características considera que llaman la atención de los canales de youtubers?

---

---

---

---

---

**Para las siguientes preguntas, tenga en cuenta el término cultura**

La cultura se define como la serie de costumbres, ideologías, comportamientos y demás que hacen parte de un grupo social determinado, es así como en Colombia, las culturas se diversifican mayormente por las regiones donde se encuentran:

Costeños, ubicados en la Costa Caribe Colombiana y las sabanas del norte del país.

Paisas, de Antioquia y el Eje Cafetero.

Llaneros, pertenecientes a los llanos de la Orinoquía y que comparten frontera con Venezuela.

Santandereanos, pertenecientes a la región Andina Santander y Norte de Santander.

Vallunos y Caucanos, pertenecientes a la Costa Pacífica y parte de la andina, con presencia indígena, blanca y afrodescendiente.

Tolimenses, pertenecientes al Tolima.

Serranos, pertenecientes al departamento de Nariño fronterizo con Ecuador.

Amazónicos, pertenecientes a las selvas del suroeste del país.

Cundiboyacenses, ubicados al interior del país en el Altiplano Cundiboyacense.

Bogotanos, ubicados al interior del país en Bogotá.

**16. Escriba con cuál(es) de dichas culturas se identifica**

*Selecciona todos los que correspondan.*

- ☐ Costeña
- ☐ Paisa
- ☐ Llanera
- ☐ Valluna
- ☐ Santandereano
- ☐ Tolimense
- ☐ Serrana
- ☐ Amazónica
- ☐ Cundiboyacense
- ☐ Bogotá

**17. ¿Considera que los Youtubers que usted sigue y realizan video blogs, le han promovido a adoptar aspectos de otras culturas?**

*Marca solo un óvalo.*

- ☐ Sí
- ☐ No

18. Si es así ¿qué tipo de aspectos ha adoptado de otras culturas por medio de los videoblogs de los youtubers?

*Selecciona todos los que correspondan.*

- ☐ Uso palabras y/o frases pertenecientes a otra cultura
- ☐ Escucho géneros musicales diferentes a los de mi cultura
- ☐ He fomentado las prácticas de hábitos saludables
- ☐ Veo películas y/o series recomendadas en canales de YouTube
- ☐ Adopto tendencias sobre la moda recomendadas en canales de YouTube
- ☐ Compro productos sugeridos en canales de YouTube
- ☐ Me he interesado por viajar a otros lugares dentro y fuera de mi país
- ☐ He desarrollado gustos por los videojuegos
- ☐ He aprendido otro idioma por medio de canales en YouTube
- ☐ Me he interesado por la gastronomía de otras culturas

Otro: ☐ \_\_\_\_\_

19. Explique ¿por qué ha adoptado esos aspectos dentro su cultura?

---

---

---

---

---

20. ¿Considera que el video es un formato que le permite comprender de mejor forma los contenidos que visualiza en internet?

*Marca solo un óvalo.*

☐ Sí

☐ No

21. ¿Con cuál(es) de las siguientes opciones se identifica más?

*Selecciona todos los que correspondan.*

- ☐ Prefiero visualizar un vídeo sobre un tema de interés que leer un artículo
- ☐ Me genera más empatía un influencer que se muestre a través de un videoblog, que a través de fotografías
- ☐ Prefiero aprender una habilidad por medio de videoblogs que leer un manual
- ☐ Considero más fieles las opiniones de un Youtuber, que las que encuentro en artículos de internet
- ☐ Tomo como ejemplo las actitudes que promueve un Youtuber frente un tema para generar un punto de vista personal
- ☐ Ninguna

22. ¿Considera que por medio de Youtube ha perdido aspectos de su cultura nativa?

*Marca solo un óvalo.*

☐ Sí

☐ No

23. Si su respuesta fue sí, explique porqué

---

---

---

---

---

Uso de YouTube

24. ¿Considera que Youtube es una plataforma que genera aprendizaje por medio del vídeo blog?

*Selecciona todos los que correspondan.*

☐ Sí

☐ No

25. Si la pregunta anterior fue sí, explique por qué

---

---

---

---

---

26. ¿Prefiere hacer más uso de Youtube, que de los medios tradicionales como la televisión, la radio y la prensa? ¿ por qué?

---

---

---

---

---

27. ¿Cree usted que Youtube ha promovido la decadencia de los medios de comunicación tradicionales como: la televisión, la radio y la prensa?

*Marca solo un óvalo.*

☐ Sí

☐ No

28. ¿Considera que Youtube es una plataforma que por medio de su contenido ha transformado a la sociedad? ¿por qué?

---

---

---

---

---

---

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google.

Google Formularios

*Figura 4.* Encuesta sobre el uso de YouTube



- **Aplicación del cuestionario:** se enviará por correo electrónico a 8 estudiantes de sexto semestre de Ciencias del Deporte y la Recreación de la Universidad Tecnológica de Pereira el correspondiente cuestionario.

- **Momento VI: Tabulación de la información recolectada:** luego de obtener los resultados, se procederá a tabular los resultados en una hoja de cálculo.

#### ○ 2.5.1.2 Fase II (Aplicación)

- Categorizar los elementos que intervienen en los procesos de transculturación en los estudiantes de sexto semestre de CDR por medio de YouTube.

- **Momento I: Análisis de la información recolectada en la fase anterior:** con la hoja de cálculos desarrollada en la Fase I, se procederá a realizar el análisis de los datos dispuestos allí, para eso, se utilizará el Protocolo de análisis/síntesis de información cualitativa de la Dra. Olga Lucía Bedoya (2014), donde se describen los siguientes pasos para llevar a cabo dicho análisis:

- **Paso 1: Selección de elementos significativos:** se establecerá la frecuencia con que se repiten palabras, frases o párrafos en cada una de las preguntas planteadas en el cuestionario.
- **Paso 2: Agrupación de elementos significativos:** se agruparán los elementos que tengan relación con un concepto o temática en particular.
- **Paso 3: Nominación de los grupos contruidos:** se asignará la relación de los grupos establecidos con las categorías conceptuales planteadas en el marco teórico.
- **Paso 4: Relaciones entre los grupos contruidos:** se determinará si los nodos resultantes dan lugar al desarrollo de una categoría más amplia.
- **Paso 5: Discusión con los autores:** se revisará desde el planteamiento de los autores de las categorías los nodos resultantes.

- **Paso 6: Revisión de las dispersiones:** se determinará si es necesario construir categorías emergentes y dar paso a nuevos autores, o por el contrario definir las categorías resultantes de la evaluación.
- **Momento II: Categorización de los elementos que intervienen en los procesos de transculturación:** luego de obtener los nodos, se dará paso a estudiarlos con base en el proceso de transculturación, para ello se tendrá en cuenta los tres momentos de este proceso: aculturación (contacto preliminar), desculturación (contacto continuo) y neoculturación (apropiación).

### 2.5.1.3 Fase III (Análisis)

- Relacionar las categorías de los procesos de transculturación con el videoblog como estrategia didáctica
- **Momento I: Relación de las categorías de transculturación con el videoblog:** luego de establecer los nodos con los procesos de transculturación, se estudiarán en relación al videoblog
- **Momento II: Diseño de la propuesta educativa a través del videoblog:** con base en los resultados obtenidos, se dará paso al desarrollo de la propuesta educativa
- **Momento III: Resultados y conclusiones**

### Cronograma.

Actividades	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre
Fase I				

<b>Fase II</b>				
<b>Fase III</b>				

- **2.6 Instrumentos**

- **Cuestionario**

Para la Fase I se plantea el uso de un cuestionario como instrumento preliminar que permitirá identificar características generales frente al fenómeno planteado como problema en los estudiantes de CDR. Ortiz y García (2006), plantean que el cuestionario “es cuando se “traducen” los conceptos teóricos para entrar en contacto con la realidad, para tomar de ella los datos necesarios. El cuestionario consta de preguntas que invariablemente deberán estar relacionados con la temática de la investigación” (p.127).

### Capítulo 3: Propuesta pedagógica a través del videoblog

#### 3.1 Análisis de resultados:

Para el desarrollo de la propuesta pedagógica, es necesario con antelación el análisis inferencial de los resultados obtenidos en la encuesta que fue el instrumento predilecto para determinar los factores que posiblemente desencadenen un proceso de transculturación por medio de una red social como lo es YouTube.

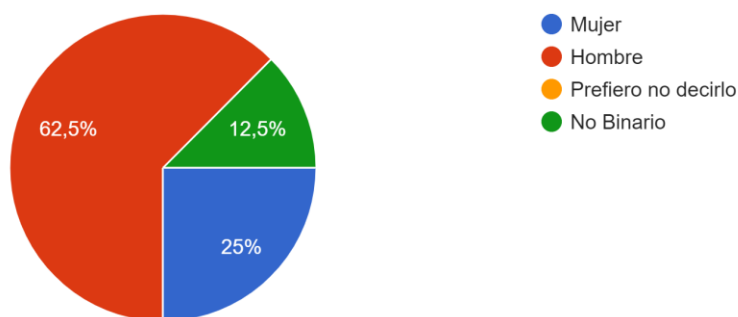
Se tomó la muestra poblacional establecida en la metodología, donde fueron 8 estudiantes quienes respondieron a la encuesta a través de la plataforma Google Forms.

A continuación se presentan los resultados obtenidos, donde las preguntas abiertas fueron analizadas a través del Protocolo de Análisis/Síntesis (2014) :

**Figura 5**

*Género*

Género  
8 respuestas



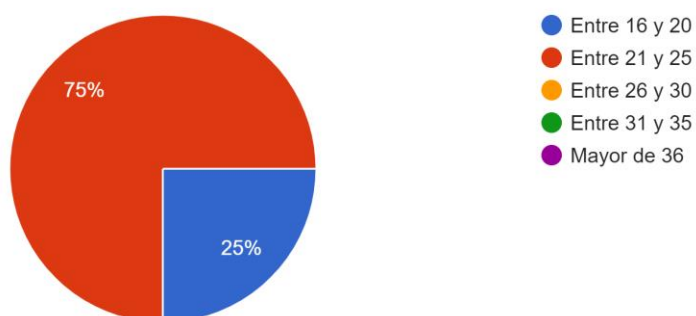
*Figura 5. Género*

Del total de estudiantes encuestados, 62,5% corresponde a hombres, 25% a mujeres y 12,5% a No Binario.

**Figura 6***Selección rango de edad*

Selección de rango de edad

8 respuestas

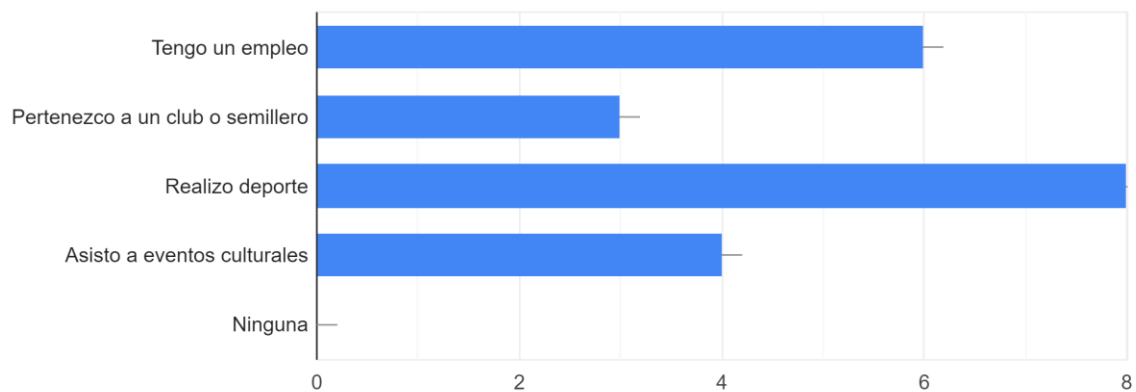
*Figura 6. Selección rango de edad*

El 75% de los estudiantes encuestados se encuentran entre los 21 y 25 años de edad, mientras que el 25% se encuentra entre los 16 y 20.

**Figura 7***¿Realiza algún(as) de las siguientes actividad(es) fuera del campus universitario?*

¿Realiza algún(as) de las siguientes actividad(es) fuera del campus universitario?

8 respuestas



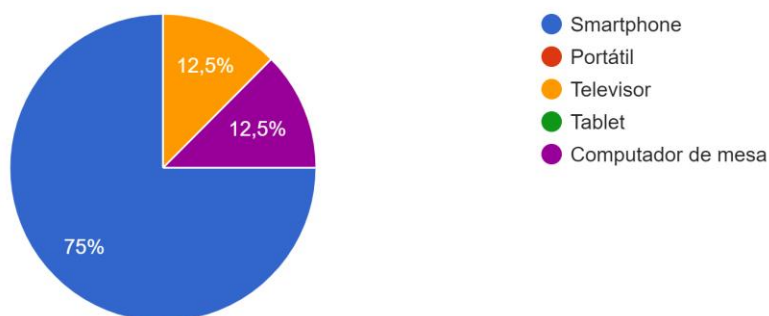
*Figura 7. Selección rango de edad*

Respecto a las actividades que los estudiantes realizan fuera del campus universitario, la totalidad de ellos (8) respondieron que realizaban deporte, 6 de ellos tienen empleo, 4 asisten a eventos culturales y 3 pertenecen a un club o semillero.

**Figura 8**

*¿Cuál es el dispositivo tecnológico que más utiliza?*

¿Cuál es el dispositivo tecnológico que más utiliza?  
8 respuestas



*Figura 8. ¿Cuál es el dispositivo tecnológico que más utiliza?*

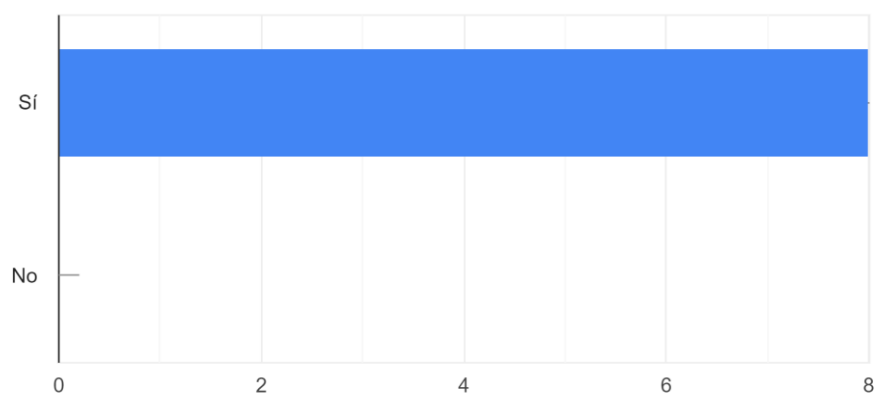
Respecto al dispositivo tecnológico que más utilizan los estudiantes, 75% respondieron smartphone, 12,5% televisor y 12,5% computador de mesa.

**Figura 9**

*¿Hace uso de YouTube?*

¿Hace uso de YouTube?

8 respuestas



*Figura 9. ¿Hace uso de YouTube?*

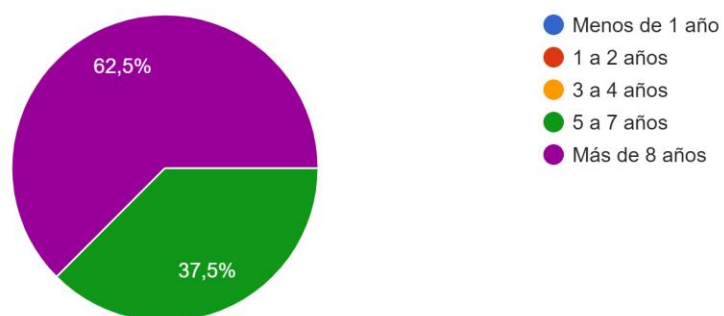
Todos los estudiantes respondieron que hacían uso de YouTube.

### **Figura 10**

*¿Desde hace cuánto tiempo hace uso de YouTube?*

¿Desde hace cuánto tiempo hace uso de YouTube?

8 respuestas



*Figura 10. ¿Desde hace cuánto tiempo hace uso de YouTube?*

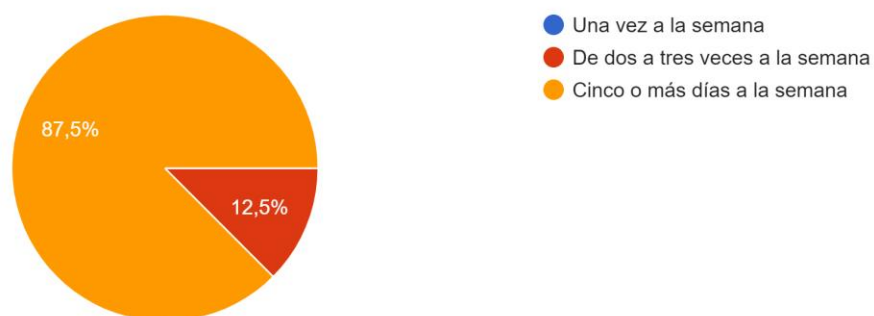
Respecto al cuánto tiempo hacen uso de YouTube, 62,5% de los estudiantes respondió desde hace más de 8 años mientras que 37,5% respondió entre 5 y 7 años.

**Figura 11**

*¿Con qué frecuencia hace uso de YouTube semanalmente?*

¿Con qué frecuencia hace uso YouTube semanalmente?

8 respuestas



*Figura 11. ¿Con qué frecuencia hace uso de YouTube semanalmente?*

87,5% de los estudiantes respondieron que hacen uso de YouTube semanalmente cinco o más días a la semana, mientras que el 12,% de dos a tres veces por semana.

**Figura 12**

*¿Con qué frecuencia hace uso de YouTube diariamente?*



¿Con qué frecuencia hace uso de YouTube diariamente?

8 respuestas

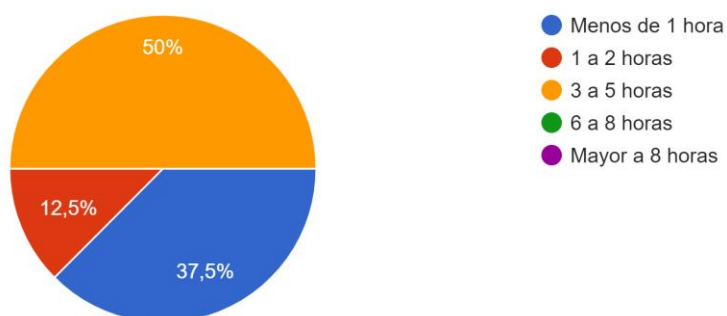


Figura 12. ¿Con qué frecuencia hace uso de YouTube diariamente?

Respecto al uso diario de YouTube, el 50% de los estudiantes lo hacen de 3 a 5 horas, el 37,5% menos de una hora y el 12,5% de 1 a 2 horas.

### Figura 13

¿Con qué objetivo hace uso de YouTube?

¿Con qué objetivo hace uso de YouTube?

8 respuestas

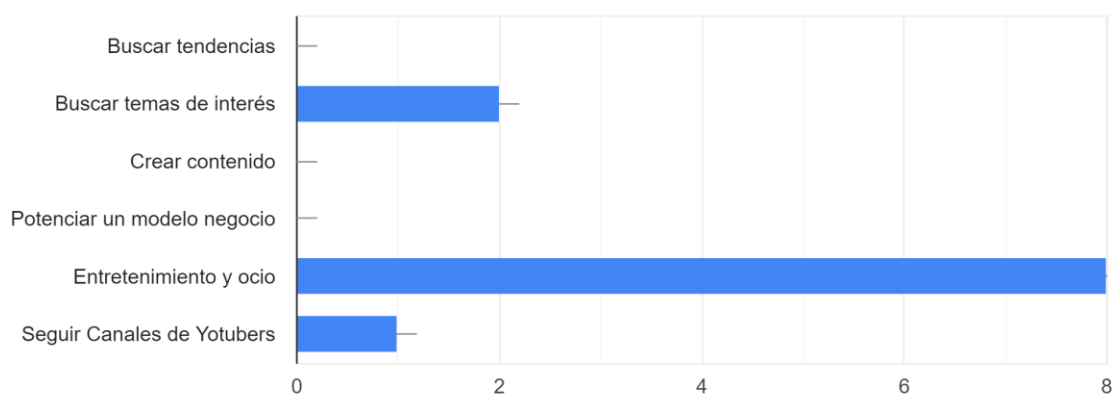


Figura 13. ¿Con qué objetivo hace uso de YouTube?

La totalidad de los estudiantes (8) respondieron que el objetivo con el que hacen uso de YouTube es por entretenimiento y ocio, 2 para buscar temas de interés y 1 para seguir canales de youtubers.

### ¿Para usted qué ventajas y desventajas tiene Youtube?

#### Paso 1. Selección de elementos significativos.

**Tabla 1**

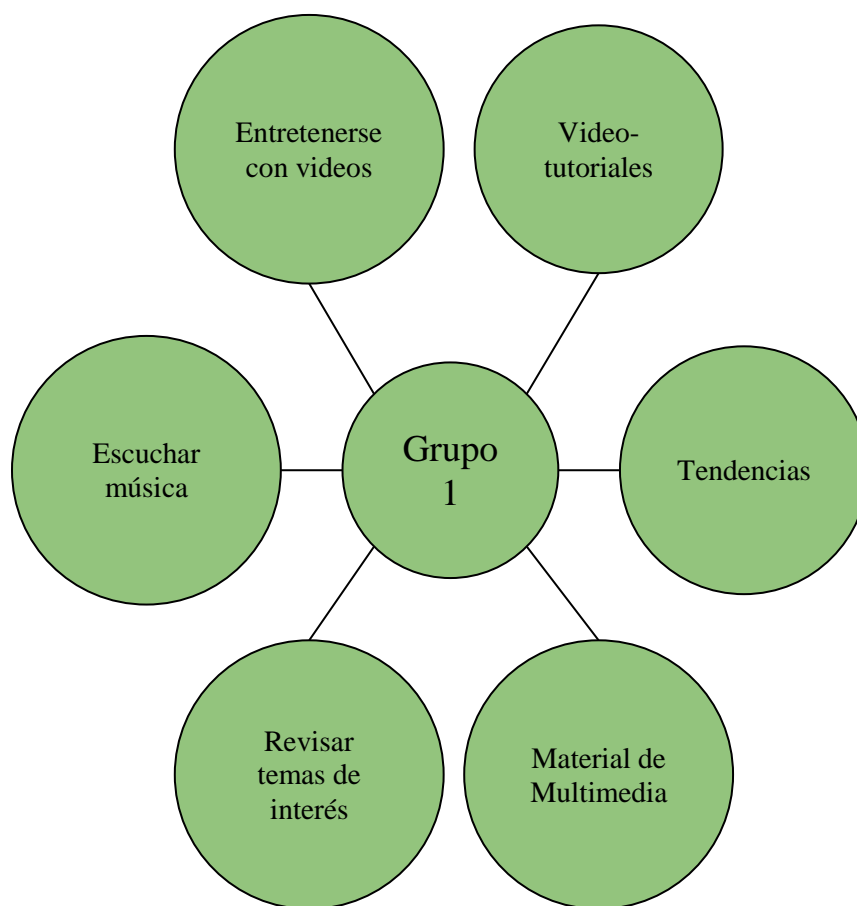
*Ventajas y desventajas de YouTube*

<b>Ventajas y desventajas de YouTube</b>
Podemos encontrar Miles de videotutoriales y conectarnos con diferentes tendencias
Puedes aprender cualquier cosa
Ventajas: acceso a material de multimedia y programas científicos. Desventajas: videos engañosos o sin base científica o verídica
Desventajas tantos anuncios y ventajas que encuentro lo que me gusta
Ventajas son muchas, revisar temas de interés, aprender cosas de la u también, relajarse escuchando música, entretenerse con videos etc.. desventajas no considero alguna
Desventajas que salen ya no 1 sino 2 anuncios
Me gusta porque es una herramienta dinámica, si necesito explicación breve de algo, lo encuentro o si me quiero informar o escuchar música es muy factible, como desventaja al usarlo para todo mundo, en especial youtubers y sus historias, que la verdad no deberían ser de tal relevancia.

#### Paso 2: agrupación de elementos significativos.

**Figura 14**

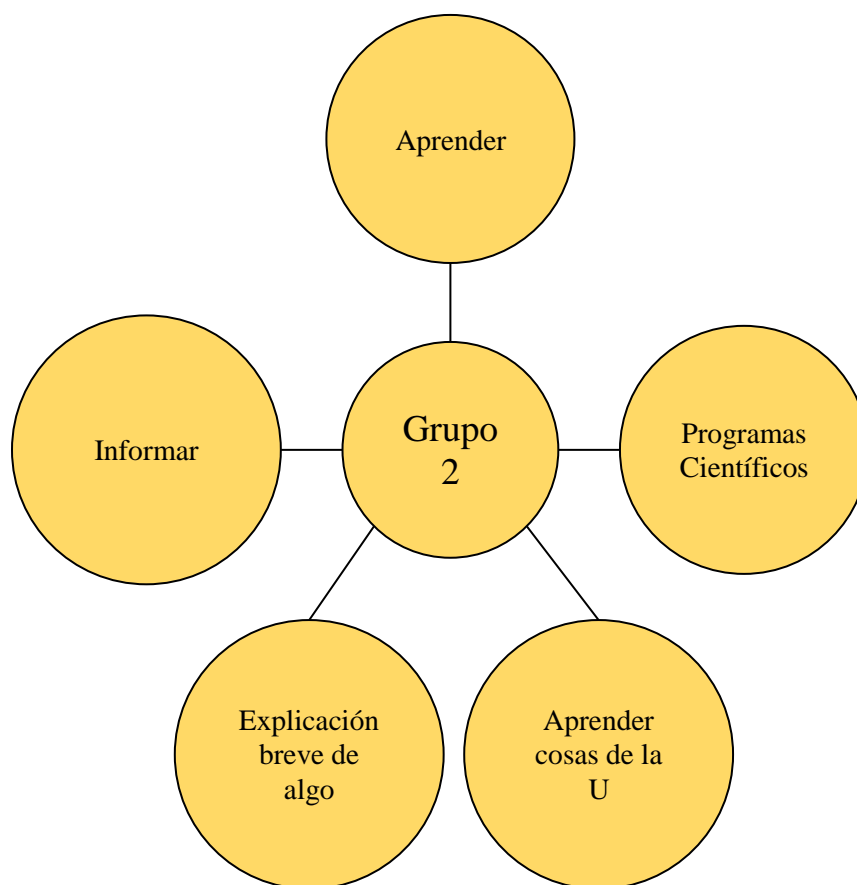
*Ventajas y desventajas de YouTube - Grupo 1*



*Figura 14. Ventajas y desventajas de YouTube - Grupo 1*

**Figura 15**

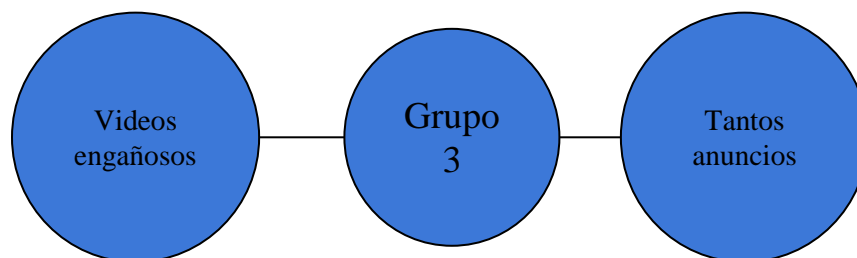
*Ventajas y desventajas de YouTube - Grupo 2*



*Figura 15. Ventajas y desventajas de YouTube - Grupo 2*

### **Figura 16**

*Ventajas y desventajas de YouTube - Grupo 3*

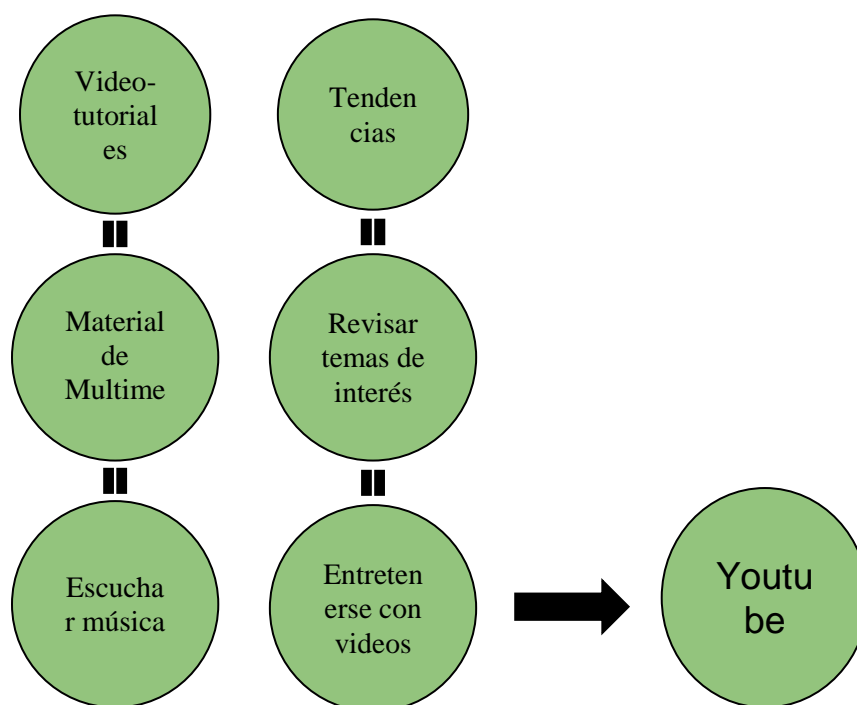


*Figura 16. Ventajas y desventajas de YouTube - Grupo 3*

### **Paso 3: Nominación de los grupos construidos**

**Figura 17**

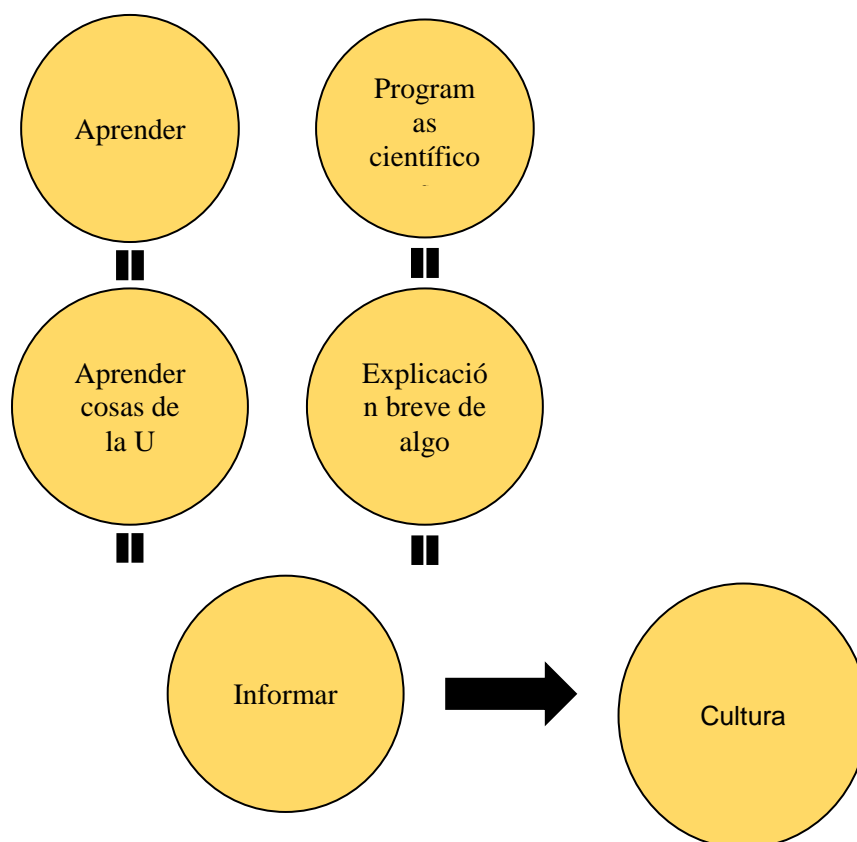
*Ventajas y desventajas de YouTube - Nodo 1*



*Figura 17. Ventajas y desventajas de YouTube - Nodo 1*

**Figura 18**

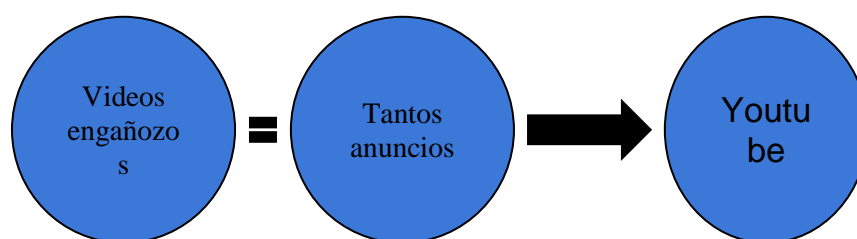
*Ventajas y desventajas de YouTube - Nodo 2*



*Figura 18. Ventajas y desventajas de YouTube - Nodo 2*

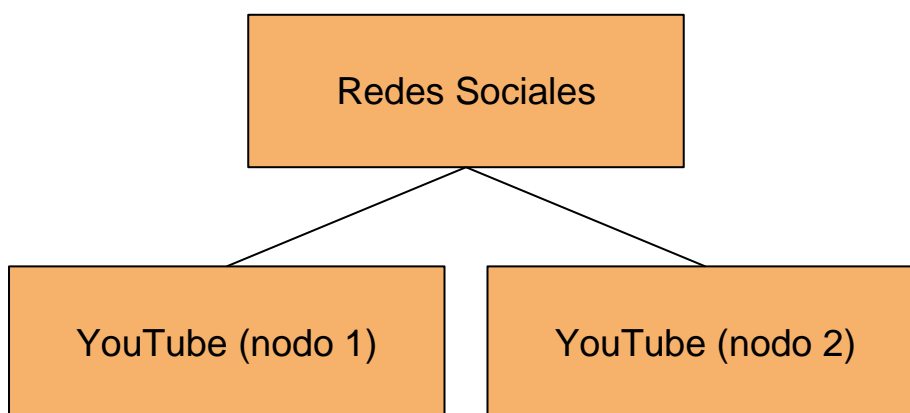
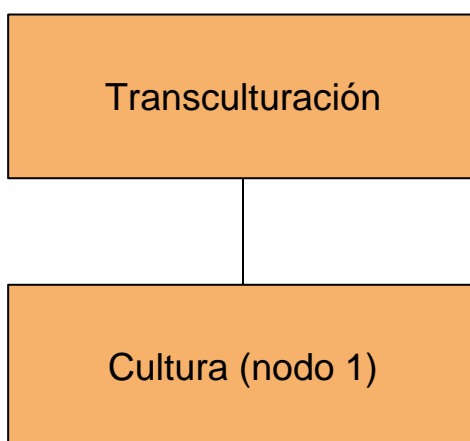
### **Figura 19**

*Ventajas y desventajas de YouTube - Nodo 3*



*Figura 19. Ventajas y desventajas de YouTube - Nodo 3*

### **Paso 4: Relaciones entre los grupos contruidos**

**Figura 20***Ventajas y desventajas de YouTube - Relación 1**Figura 20. Ventajas y desventajas de YouTube - Relación 1***Figura 21***Ventajas y desventajas de YouTube - Relación 2**Figura 21. Ventajas y desventajas de YouTube - Relación 2***Paso 5: Discusión con autores**

Los estudiantes a partir de esta pregunta, realizan una descripción frente a los aspectos positivos que la red social YouTube posee de acuerdo a su percepción, destacando varias características que se relacionan directamente con el uso que los estudiantes hacen de la plataforma y lo que encuentran allí.

Lavado (2010) menciona que “los contenidos de YouTube nos proporcionan una amplia radiografía sobre los gustos y tendencias de consumo de la red en general” (p. 89), por ende, los elementos significativos establecidos entre los tres grupos permiten dar una idea de los tipos de contenido que la plataforma privilegia en la actualidad, y como esta se ha convertido en un referente a la hora de buscar temas respecto a dichos elementos.

Por otro lado, los estudiantes también mencionan la incidencia de la plataforma en prácticas habituales, por ende, se relaciona directamente con un aspecto cultural. Harris (2011) cita al antropólogo Edward Burnett Tylor y define que la cultura “(...) en su sentido etnográfico, es ese todo complejo que comprende conocimientos, creencias, arte, moral, derecho, costumbres y cualesquiera otras capacidades y hábitos adquiridos por el hombre en tanto que miembro de la sociedad” (p. 4), de esta definición hay que destacar la palabra ‘costumbres’, ya que YouTube, tal como se ha evidenciado, se ha convertido en un plataforma que los estudiantes usan habitualmente, por ende, ha logrado incluirse dentro de sus prácticas culturales.

#### **Paso 6: Revisión de las dispersiones**

De acuerdo con las dispersiones obtenidas, no es necesario construir una categoría conceptual emergente, ya que los grupos y nodos construidos están relacionados directamente con las categorías establecidas.

#### **Figura 22**

*¿De qué manera participa en YouTube?*



¿De qué manera participa en YouTube?

8 respuestas

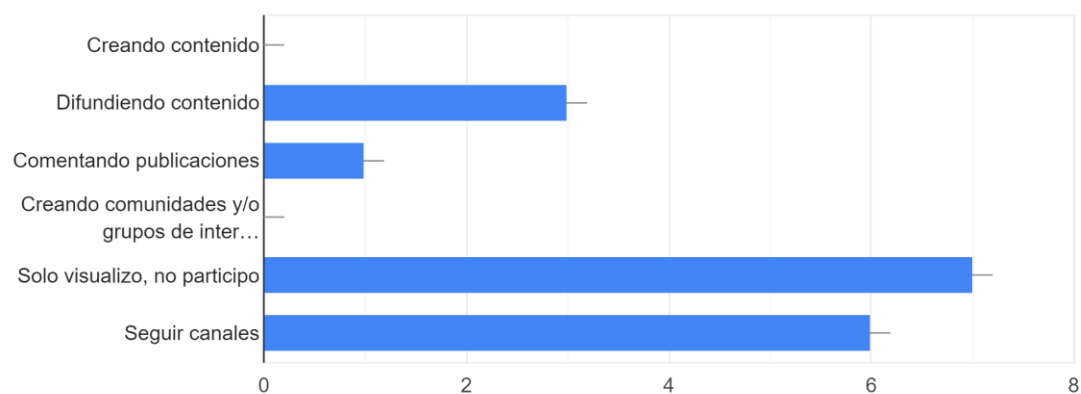


Figura 22. ¿De qué manera participa en YouTube?

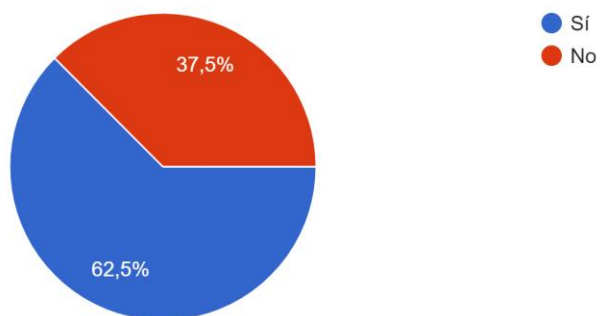
Con respecto a de qué manera participan los estudiantes en YouTube, 7 de ellos respondieron que solo visualizan y no participan, 6 siguen canales, 3 difunden contenido y 1 comenta publicaciones.

**Figura 23**

¿Visualiza algún canal de un youtuber?

¿Visualiza algún canal de un youtuber?

8 respuestas



*Figura 23. ¿Visualiza algún canal de un youtuber?*

El 62,5% de los estudiantes respondieron que si visualizaban algún canal de un youtuber, mientras que el 37,5% respondió que no.

**Sí contestó de manera afirmativa la pregunta anterior, conteste: ¿Cuál(es) son los Youtubers que más visualiza? ¿por qué?**

**Paso 1. Selección de elementos significativos.**

**Tabla 2**

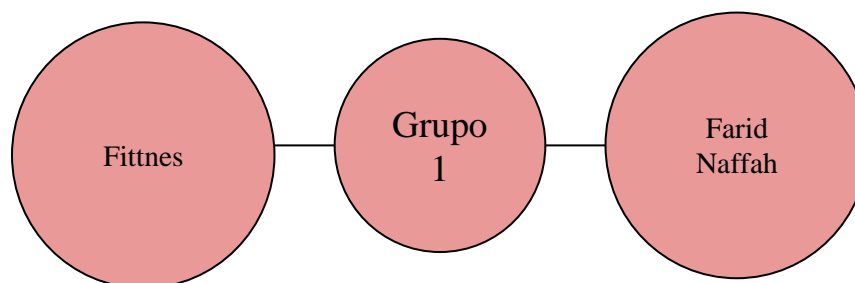
*YouTubers que más visualiza*

<b>YouTubers que más visualiza</b>
Fitness, por mi trabajo
Farid naffah
Los de música, es para lo que más uso Youtube
Cantantes, gusto por música
Auronplay, porque es gracioso
Ninguno

**Paso 2: agrupación de elementos significativos**

**Figura 24**

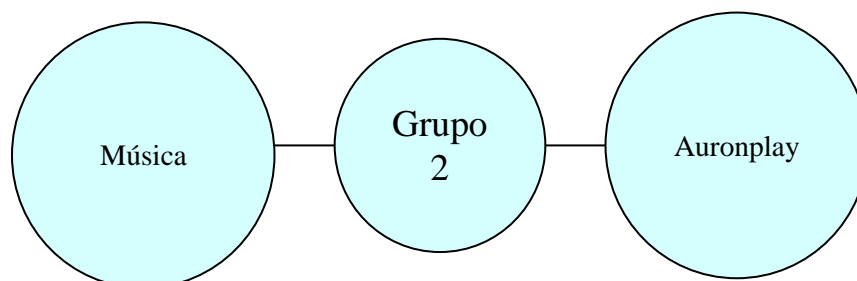
*YouTubers que más visualiza - Grupo 1*



*Figura 24. YouTubers que más visualiza - Grupo 1*

**Figura 25**

*YouTubers que más visualiza - Grupo 2*

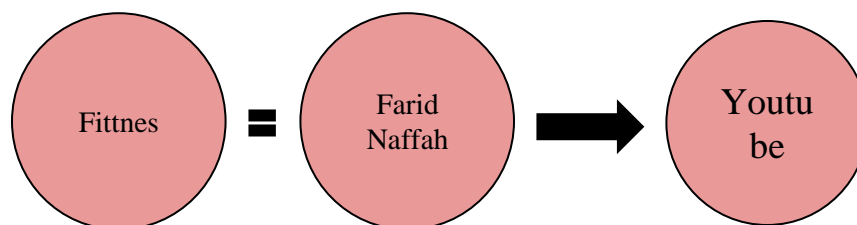


*Figura 25. YouTubers que más visualiza - Grupo 2*

**Paso 3: Nominación de los grupos construidos**

**Figura 26**

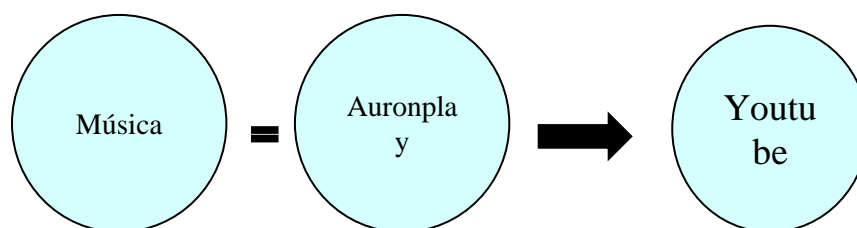
*YouTubers que más visualiza - Nodo 1*



*Figura 26. YouTubers que más visualiza - Nodo 1*

**Figura 27**

*YouTubers que más visualiza - Nodo 2*

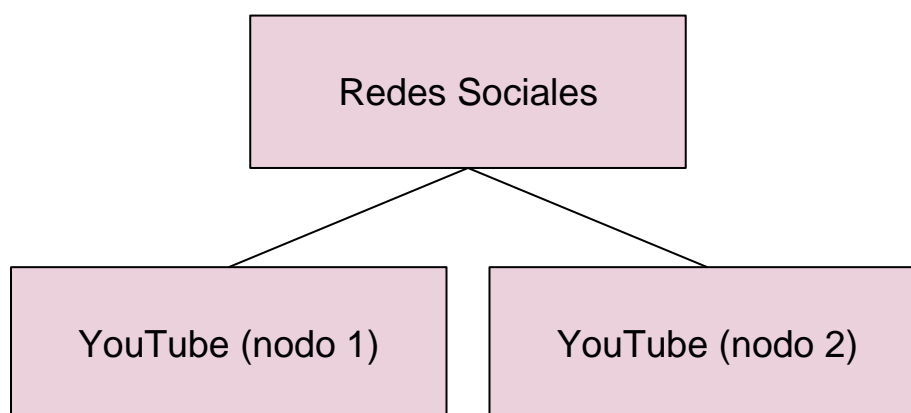


*Figura 27. YouTubers que más visualiza - Nodo 2*

#### **Paso 4: Relaciones entre los grupos contruidos**

**Figura 28**

*YouTubers que más visualiza - Relación 1*



*Figura 28. YouTubers que más visualiza - Relación 1*

#### **Paso 5: Discusión con autores**

Esta pregunta permite acercar más el fenómeno a las categorías de transculturación, ya que permite definir con más claridad las temáticas a las cuales los estudiantes recurren más frecuentemente dentro de la plataforma, es así como los nodos resultantes corresponden a la plataforma YouTube. Se retoma de nuevo lo mencionado por Lavado (2010): “los contenidos de YouTube nos proporcionan una amplia radiografía sobre los gustos y tendencias de consumo de la red en general” (p. 89), por ende, si en la pregunta sobre aspectos positivos y negativos ya los estudiantes dieron indicios de las temáticas que

ellos seguían en la red social, es en esta pregunta donde se clarifican más, dando lugar a establecer los elementos significativos más importantes para el desarrollo de la propuesta pedagógica.

### **Paso 6: Revisión de las dispersiones**

De acuerdo con las dispersiones obtenidas, no es necesario construir una categoría conceptual emergente, ya que los grupos y nodos construidos están relacionados directamente con las categorías establecidas.

### **¿Qué aspectos positivos y/o negativos reconoce en los Youtubers?**

#### **Paso 1. Selección de elementos significativos**

**Tabla 3**

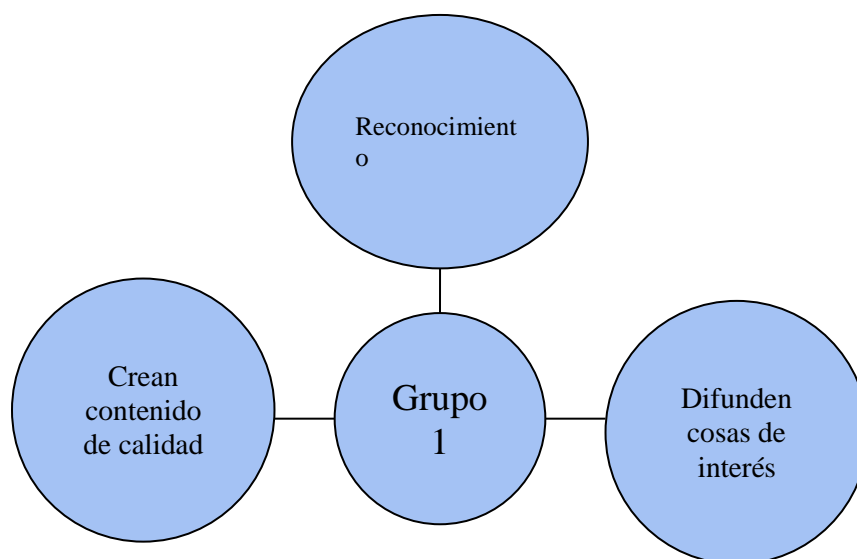
*Aspectos positivos y negativos en YouTubers*

<b>Aspectos positivos y negativos en YouTubers</b>
Positivos cuando crean contenido de calidad y con fundamentos
Positivos: reconocimiento
Difunden cosas interesantes, pero cuando se llenan de chismes crean un alboroto sin sentido
La mayoría son unos idiotas
La verdad no me interesa su vida

#### **Paso 2: agrupación de elementos significativos**

**Figura 29**

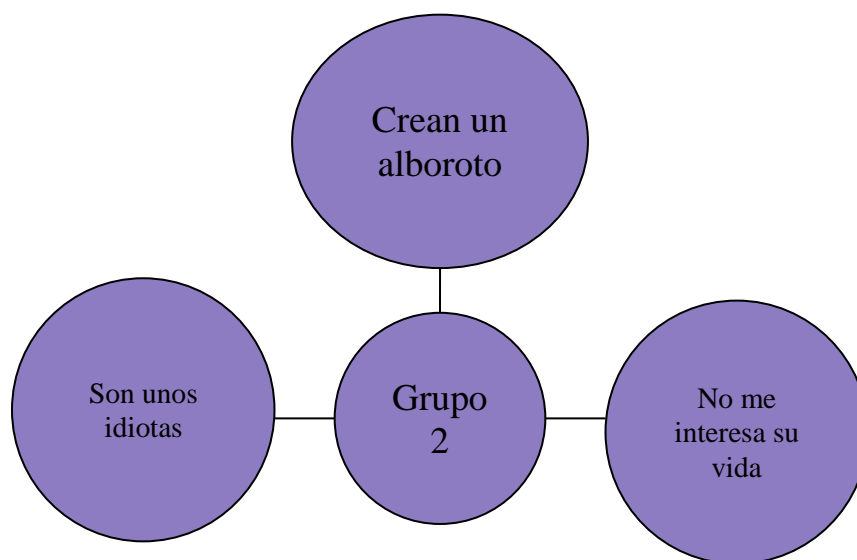
*Aspectos positivos y negativos en YouTubers - Grupo 1*



*Figura 29. Aspectos positivos y negativos en YouTubers - Grupo 1*

### **Figura 30**

*Aspectos positivos y negativos en YouTubers - Grupo 2*

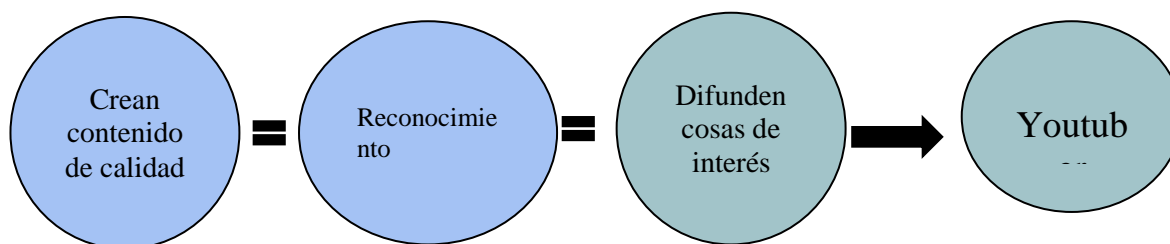


*Figura 30. Aspectos positivos y negativos en YouTubers - Grupo 2*

### **Paso 3: Nominación de los grupos construidos**

### **Figura 31**

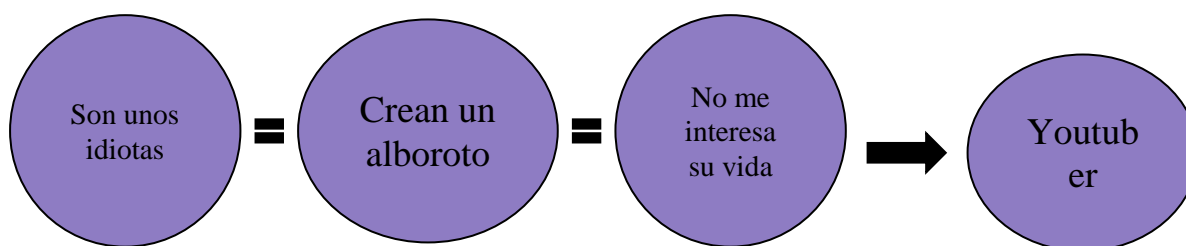
*Aspectos positivos y negativos en YouTubers - Nodo 1*



*Figura 31. Aspectos positivos y negativos en YouTubers - Nodo 1*

**Figura 32**

*Aspectos positivos y negativos en YouTubers - Nodo 2*

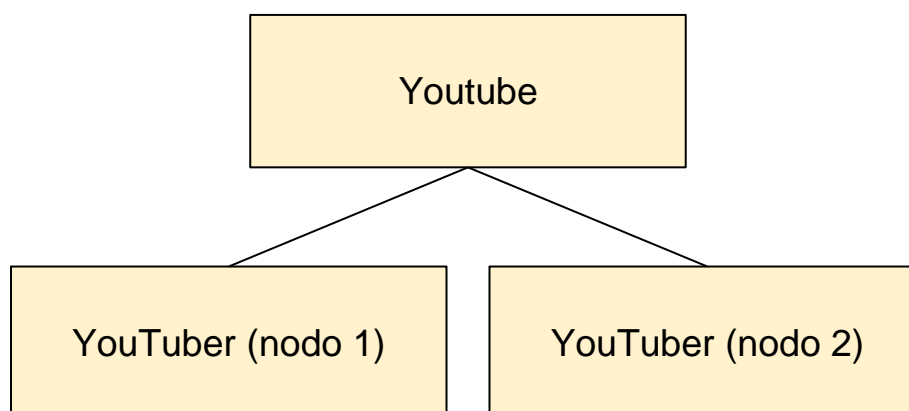


*Figura 32. Aspectos positivos y negativos en YouTubers - Nodo 2*

**Paso 4: Relaciones entre los grupos construidos**

**Figura 33**

*Aspectos positivos y negativos en YouTubers - Relación 1*



*Figura 33. Aspectos positivos y negativos en YouTubers - Relación 1*

### **Paso 5: Discusión con autores**

Esta pregunta es esclarecedora para determinar el papel de los denominados youtubers dentro de la plataforma YouTube, ya que, permite realizar una conexión directa con las temáticas que, los estudiantes en este caso, siguen, además de proponer una serie de elementos significativos que describen de forma positiva y negativa a estos como se evidencia en los grupos contruidos. Berzosa (2017) menciona acerca de los youtubers: “ los hay de tantos tipos como temáticas y personalidades diferentes podamos imaginar. Desde asuntos personales a videojuegos, guías y tutoriales, miniserias, música, humor, animaciones” (p.17), por lo tanto, los youtubers buscan generar aceptación con su público no sólo a través de su contenido sino también con su personalidad, logrando llamar la atención de los usuarios para que los sigan dentro de la plataforma.

### **Paso 6: Revisión de las dispersiones**

De acuerdo con las dispersiones obtenidas, no es necesario construir una categoría conceptual emergente, ya que los grupos y nodos contruidos están relacionados directamente con las categorías establecidas.

**¿Qué características considera que llaman la atención de los canales de youtubers?**

### **Paso 1. Selección de elementos significativos**



**Tabla 4**

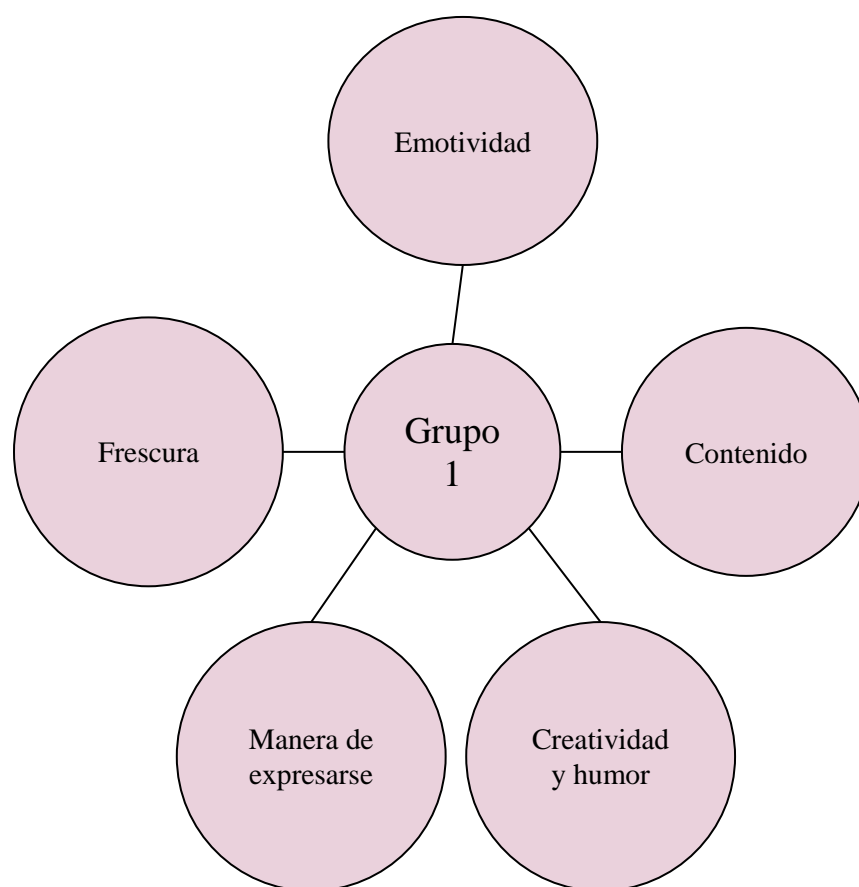
*Características que llaman la atención de los canales de YouTubers*

<b>Características que llaman la atención de los canales de YouTubers</b>
La forma en que atrae a la gente con la emotividad
Frescura
El contenido
La manera de expresarse
Creatividad y humor
A mi no me llama la atención nada

**Paso 2: agrupación de elementos significativos**

**Figura 34**

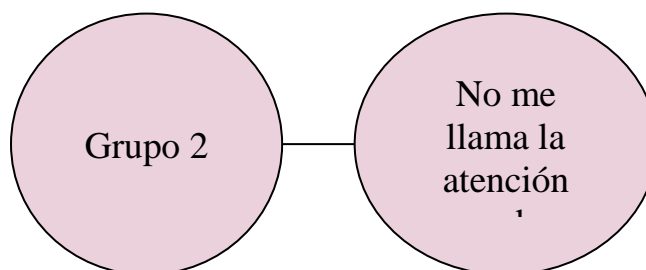
*Características que llaman la atención de los canales de YouTubers - Grupo 1*



*Figura 34. Características que llaman la atención de los canales de YouTubers - Grupo 1*

### **Figura 35**

*Características que llaman la atención de los canales de YouTubers - Grupo 2*

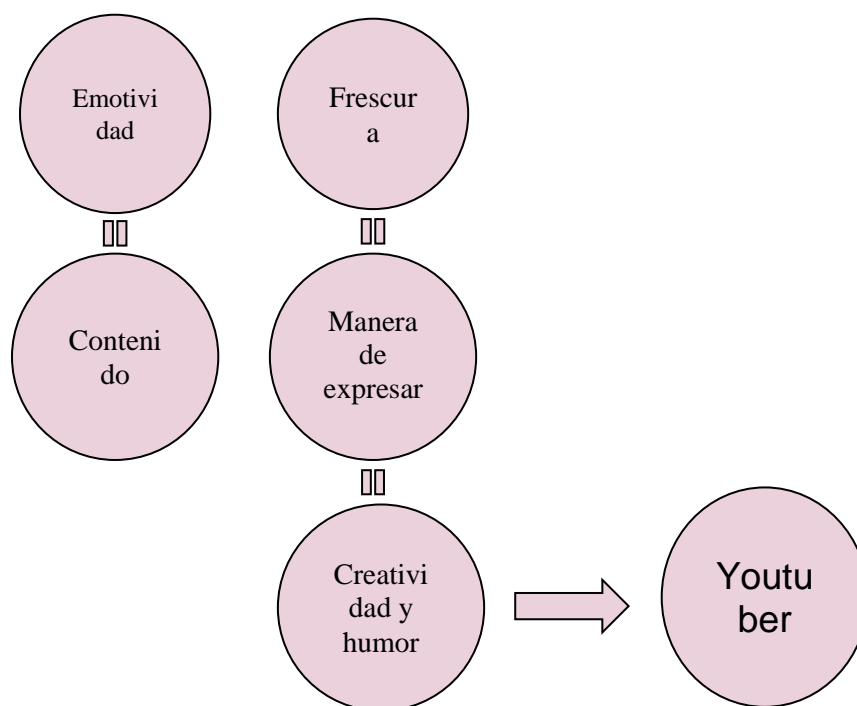


*Figura 35. Características que llaman la atención de los canales de YouTubers - Grupo 2*

### **Paso 3: Nominación de los grupos construidos**

### **Figura 36**

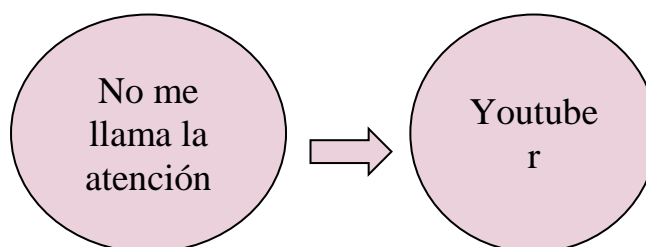
*Características que llaman la atención de los canales de YouTubers - Nodo 1*



*Figura 36. Características que llaman la atención de los canales de YouTubers - Nodo 1*

**Figura 37**

*Características que llaman la atención de los canales de YouTubers - Nodo 2*

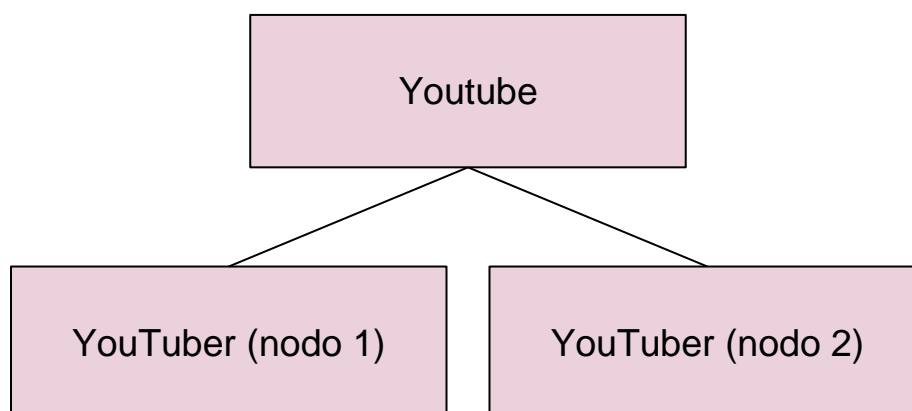


*Figura 37. Características que llaman la atención de los canales de YouTubers - Nodo 2*

**Paso 4: Relaciones entre los grupos contruidos**

**Figura 38**

*Características que llaman la atención de los canales de YouTubers - Relación 1*



*Figura 38. Características que llaman la atención de los canales de YouTubers - Relación 1*

### **Paso 5: Discusión con autores**

Esta pregunta permite determinar con mayor claridad las características que los estudiantes identifican en los youtubers y que se convierten en un factor para seguir o no a un youtuber en particular y que permiten forjar una comunidad dentro de la plataforma, tal como lo menciona (Berzosa, 2017) “y es muy importante la existencia de la comunidad, gente que sigue a los youtubers, pero también de los propios youtubers, con sentimiento de pertenencia a un grupo común.” (p.17), por ende, esta pregunta permite esclarecer los puntos favorables que encuentran los usuarios de la plataforma en los canales que siguen de acuerdo a las temáticas que les llaman la atención y cómo a partir de ellos empiezan a incluirse dentro de las comunidades que se generan allí.

### **Paso 6: Revisión de las dispersiones**

De acuerdo con las dispersiones obtenidas, no es necesario construir una categoría conceptual emergente, ya que los grupos y nodos construidos están relacionados directamente con las categorías establecidas.

### **Figura 39**

*Escriba con cuál(es) de dichas culturas se identifica*

Escriba con cuál(es) de dichas culturas se identifica

8 respuestas

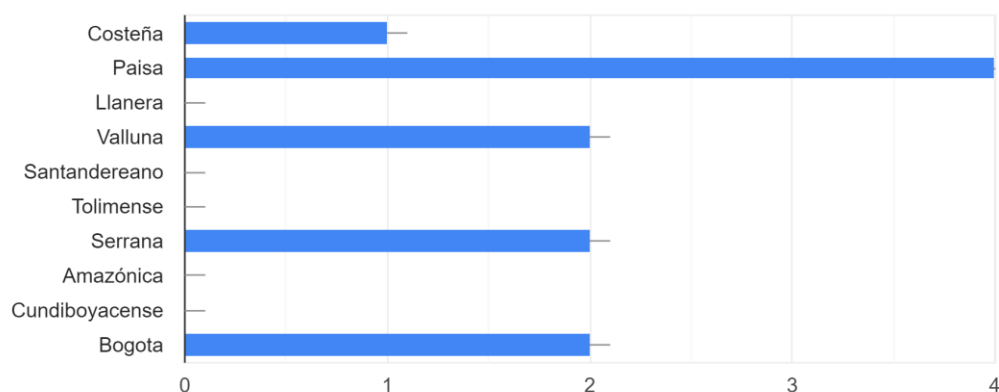


Figura 39. Escriba con cuál(es) de dichas culturas se identifica

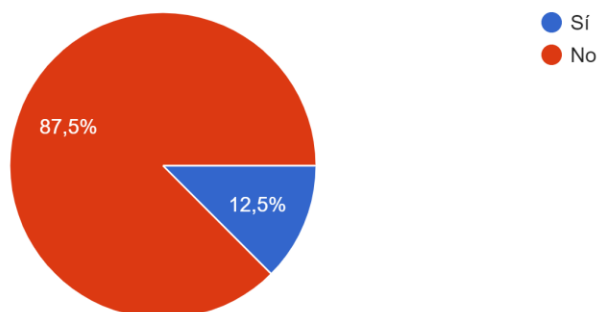
Respecto a la cultura con la cual se identifican los estudiantes, 4 de ellos se identifican con la paisa, 2 valluna, 2 serrana, 2 bogotana y 1 costeña.

Figura 40

¿Considera que los Youtubers que usted sigue y realizan videoblogs, le han promovido a adoptar aspectos de otras culturas?

¿Considera que los Youtubers que usted sigue y realizan video blogs, le han promovido a adoptar aspectos de otras culturas?

8 respuestas

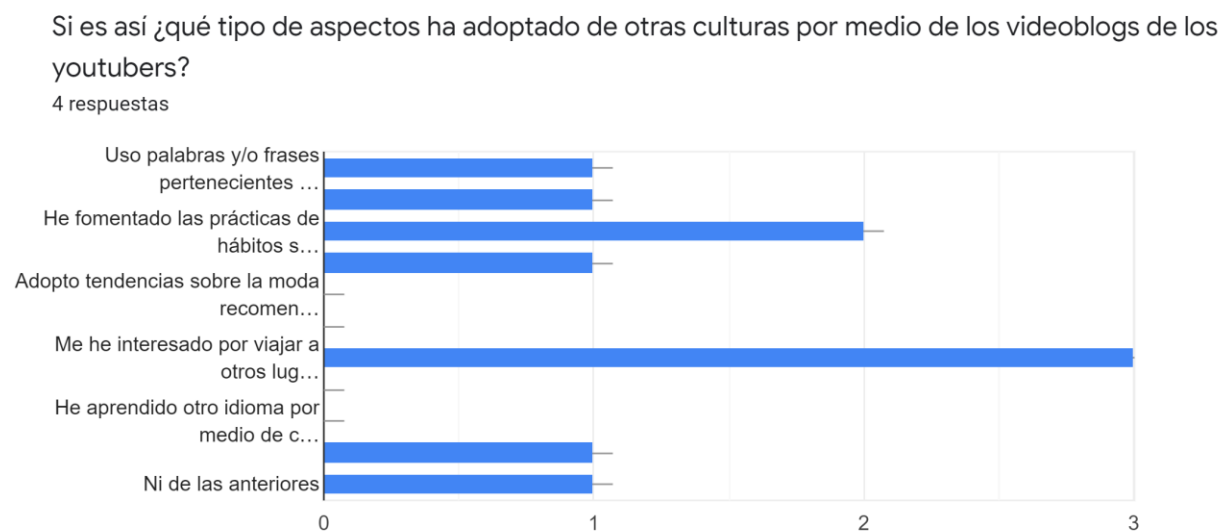


*Figura 40. ¿Considera que los Youtubers que usted sigue y realizan videoblogs, le han promovido a adoptar aspectos de otras culturas?*

El 87,5% de los estudiantes consideran que los youtubers que siguen no les han promovido a adoptar aspectos de otras culturas, mientras que el 12,5% respondió que sí.

**Figura 41**

*Si es así ¿qué tipo de aspectos ha adoptado de otras culturas por medio de los videoblogs de los youtubers?*



*Figura 41. Si es así ¿qué tipo de aspectos ha adoptado de otras culturas por medio de los videoblogs de los youtubers?*

3 estudiantes respondieron que uno de los aspectos que han adoptado de otras culturas por medio de youtubers ha sido viajar por viajar a otros lugares dentro y fuera del país, 2 fomentar prácticas de hábitos saludables, 1 usar palabras y/o frases pertenecientes a otras culturas, 1 escuchar música diferente de su cultura, 1 ver películas y/o series recomendadas en

canales de YouTube, 1 desarrollar interés por la gastronomía de otras culturas y 1 ninguna de las anteriores.

**Explique ¿por qué ha adoptado esos aspectos dentro su cultura?**

**Paso 1. Selección de elementos significativos**

**Tabla 5**

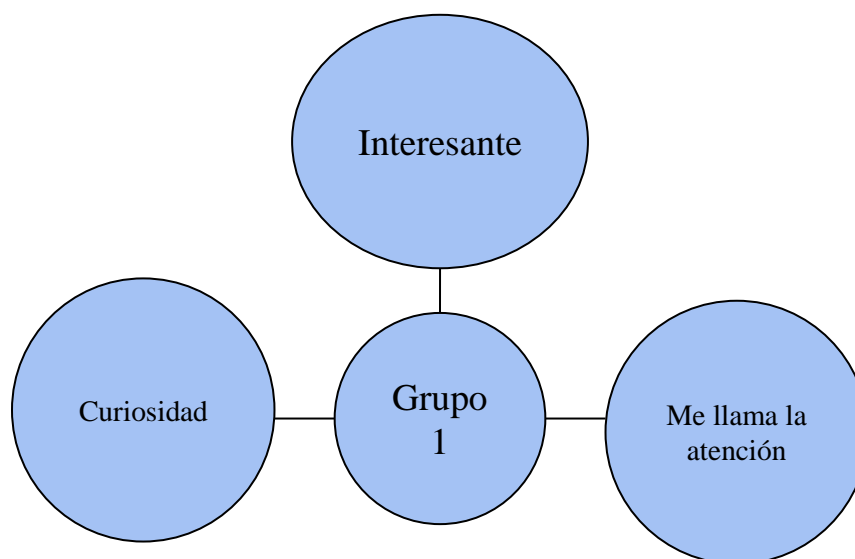
*Razones por las que ha adoptados esos aspectos dentro de su cultura*

<b>Razones por las que ha adoptados esos aspectos dentro de su cultura</b>
Curiosidad
Son interesantes y me llaman la atención

**Paso 2: agrupación de elementos significativos**

**Figura 42**

*Razones por las que ha adoptados esos aspectos dentro de su cultura - Grupo 1*

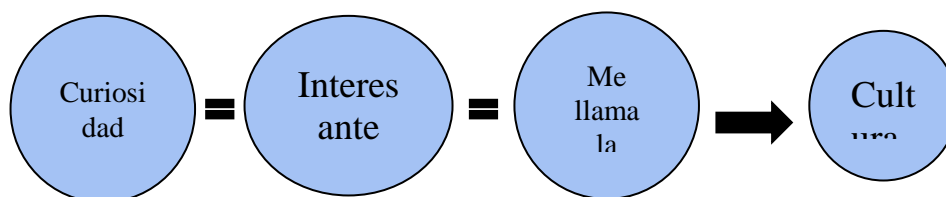


*Figura 42. Razones por las que ha adoptados esos aspectos dentro de su cultura - Grupo 1*

### Paso 3: Nominación de los grupos construidos

**Figura 43**

*Razones por las que ha adoptados esos aspectos dentro de su cultura - Nodo 1*

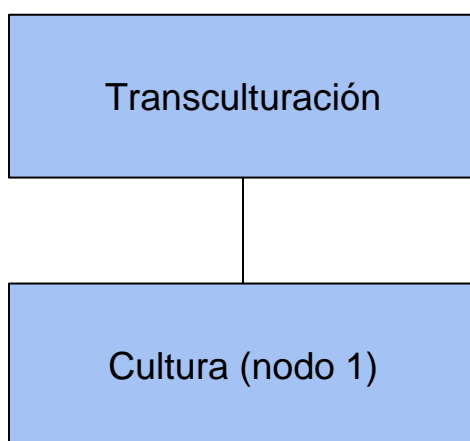


*Figura 43. Razones por las que ha adoptados esos aspectos dentro de su cultura - Nodo 1*

### Paso 4: Relaciones entre los grupos construidos

**Figura 44**

*Razones por las que ha adoptados esos aspectos dentro de su cultura - Relación 1*



*Figura 44. Razones por las que ha adoptados esos aspectos dentro de su cultura - Relación 1*

### Paso 5: Discusión con autores

Esta pregunta busca revelar la visión subjetiva de los estudiantes respecto a lo que ellos consideran les ha influido a realizar transformaciones dentro de su cultura, por ende, hay que partir de que los elementos significativos obtenidos se relacionan con aspectos que influyen en la transformación de



aspectos socioculturales que devienen de una visión holística promovida por los medios de comunicación sociales, como en este caso, YouTube y sus creadores de contenido. Tal como menciona Aguirre (2018) frente a los medios de comunicación

se potencian nuevas y otras experiencias humanas a través de las industrias de las telecomunicaciones, lo audiovisual y la denominada revolución digital. Ello significa un cambio de época donde se desdibujan fronteras (territoriales), nos inundan símbolos principalmente asociados al consumo y al mercado. (p.4)

Por lo tanto, hay que tener en cuenta el papel que han desempeñado los medios de comunicación como YouTube en la búsqueda de la globalización a nivel social y cultural, donde cada vez se desarrolla la idea de un mundo donde las sociedades sean unilaterales y uniformes, donde las fronteras culturales ya no son espaciales sino digitales. Es así como los elementos significativos que recalcan los estudiantes hacen parte de las estrategias que estas plataformas desarrollan para captar a sus usuarios a seguir a creadores de contenido de diversas temáticas, por ende, a que con el tiempo se logren dar procesos de transformación sociocultural que devengan en una transculturación en un grupo minoritario o masivo dentro de la plataforma.

#### **Paso 6: Revisión de las dispersiones**

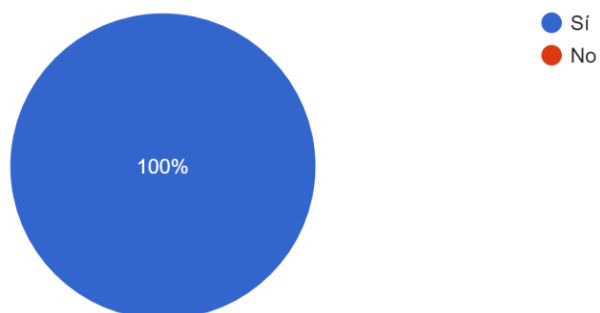
De acuerdo con las dispersiones obtenidas, no es necesario construir una categoría conceptual emergente, ya que los grupos y nodos construidos están relacionados directamente con las categorías establecidas.

#### **Figura 45**

*¿Considera que el vídeo es un formato que le permite comprender de mejor forma los contenidos que visualiza en internet?*

¿Considera que el vídeo es un formato que le permite comprender de mejor forma los contenidos que visualiza en internet?

8 respuestas



*Figura 45. ¿Considera que el vídeo es un formato que le permite comprender de mejor forma los contenidos que visualiza en internet?*

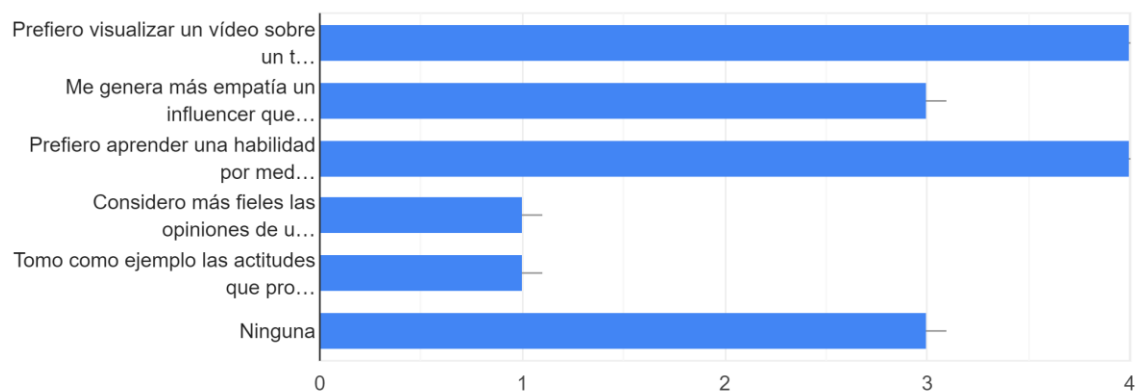
Todos los estudiantes afirmaron que YouTube les permite comprender de mejor forma los contenidos que visualiza en internet.

#### **Figura 46**

*¿Con cuál(es) de las siguientes opciones se identifica más?*

¿Con cuál(es) de las siguientes opciones se identifica más?

8 respuestas



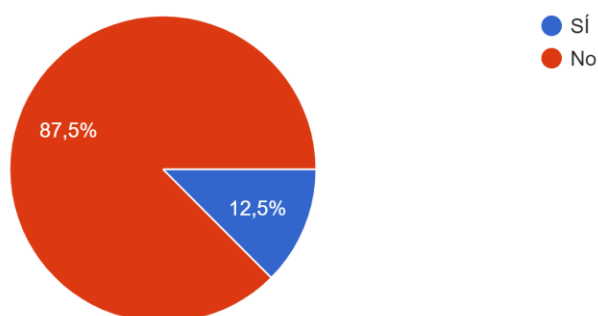
*Figura 46. ¿Con cuál(es) de las siguientes opciones se identifica más?*

4 estudiantes respondieron que prefieren visualizar un vídeo sobre un tema de interés que leer un artículo, 4 prefieren aprender una habilidad por medio de videoblogs que leer un manual, 3 me genera más empatía un influencer que se muestre a través de un videoblog, que a través de fotografías, 3 ninguna, 1 considera más fieles las opiniones de un Youtuber, que las que encuentro en artículos de internet, 1 toma como ejemplo las actitudes que promueve un Youtuber frente un tema para generar un punto de vista personal.

**Figura 47**

*¿Considera que por medio de YouTube ha perdido aspectos de su cultura nativa?*

¿Considera que por medio de Youtube ha perdido aspectos de su cultura nativa?  
8 respuestas



*Figura 47. ¿Considera que por medio de YouTube ha perdido aspectos de su cultura nativa?*

El 87,5% afirma que por medio de YouTube no ha perdido aspectos de su cultura nativa, mientras que el 12,5% afirma que sí.

**Si su respuesta fue sí, explique por qué**

**Paso 1. Selección de elementos significativos**

**Tabla 6**

*¿Por qué considera que por medio de YouTube ha perdido aspectos de su cultura nativa?*

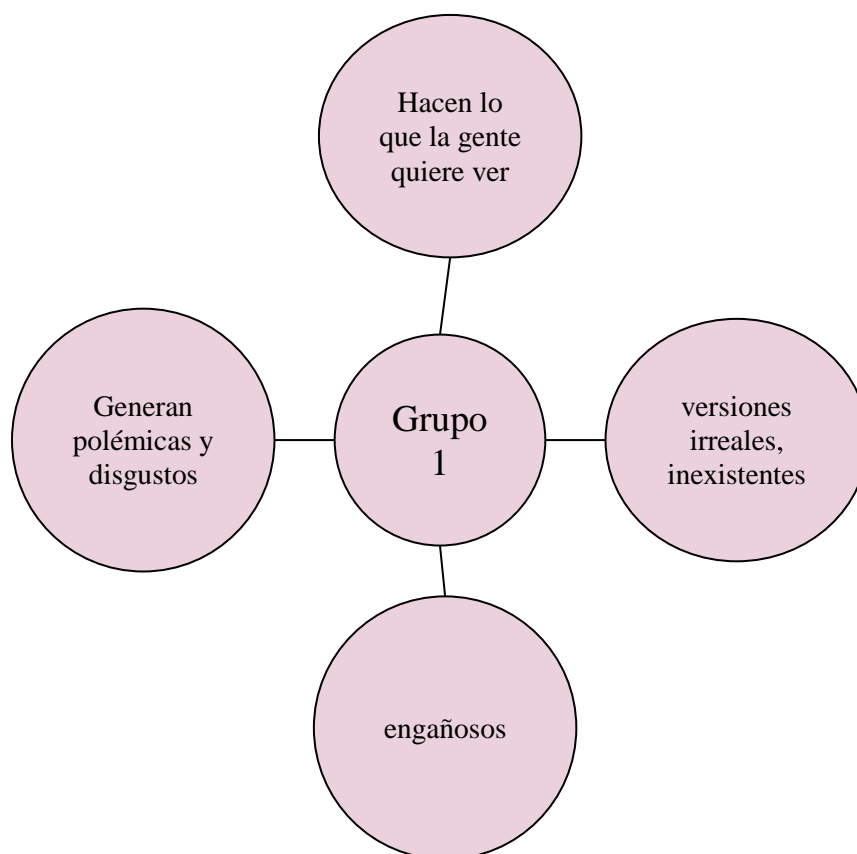
<b>¿Por qué considera que por medio de YouTube ha perdido aspectos de su cultura nativa?</b>
Considero que los "youtubers" hacen, lo que la gente quiere ver, mas no lo que es en realidad, entonces generan polémicas y disgustos en las personas que están informadas, estudiadas y que tienen gran capacidad de conocimientos en el tema a difundir, provocando versiones irreales, inexistentes y hasta engañosos con el fin de tener mas visitas y suscriptores.

## **Paso 2: Agrupación de elementos significativos**

**Figura 48**

*¿Considera que por medio de YouTube ha perdido aspectos de su cultura nativa? -*

*Grupo 1*



*Figura 48. ¿Considera que por medio de YouTube ha perdido aspectos de su cultura nativa? - Grupo 1*

### **Paso 3: Nominación de los grupos construidos**

#### **Figura 49**

*¿Considera que por medio de YouTube ha perdido aspectos de su cultura nativa? - Nodo*

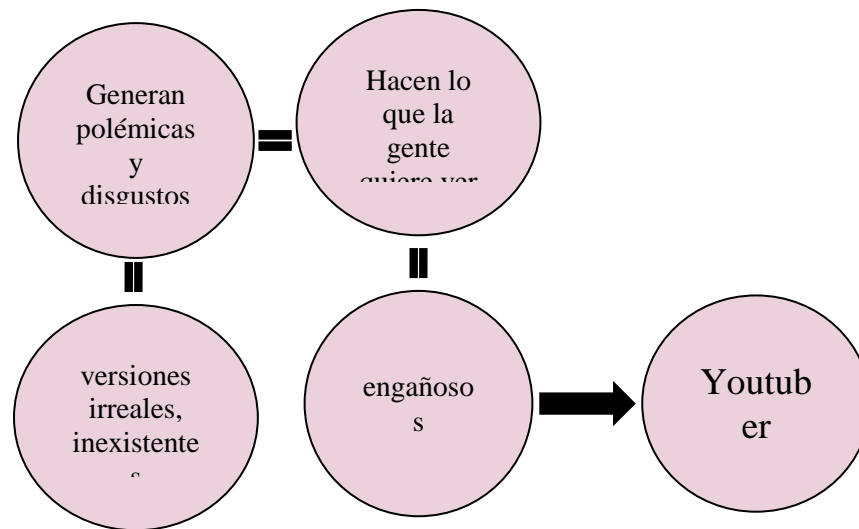


Figura 49. ¿Considera que por medio de YouTube ha perdido aspectos de su cultura nativa? - Nodo 1

#### Paso 4: Relaciones entre los grupos construidos

##### Figura 50

*¿Considera que por medio de YouTube ha perdido aspectos de su cultura nativa? -*

*Relación 1*



*Figura 50. ¿Considera que por medio de YouTube ha perdido aspectos de su cultura nativa? - Relación 1*

### **Paso 5: Discusión con autores**

Esta pregunta aunque buscaba dar respuesta a por qué los estudiantes adoptaron aspectos dentro de su cultura nativa, su respuesta fue más enfocada en el papel de los youtubers dentro de la plataforma, por ende, hubo una malinterpretación, aunque en cualquier caso sirve de insumo para ampliar la visión que se tiene sobre estos creadores dentro de YouTube, por lo tanto, hay que retomar la primera cita de Barboza (2017) referente a los youtubers, donde afirma que “ los hay de tantos tipos como temáticas y personalidades diferentes podamos imaginar. Desde asuntos personales a videojuegos, guías y tutoriales, miniseries, música, humor, animaciones” (p.17), donde en el caso de esta respuesta se privilegian aspectos negativos relacionados con el papel que desempeñan dentro de la plataforma a nivel general, por ende, hay que tener en cuenta las temáticas que los estudiantes siguen y sobre todo, a quienes, para dar cuenta de que esta visión corresponde directamente a dichas temáticas y creadores y no una visión general de la plataforma, ya que, existen infinidad de canales dentro de YouTube.

### **Paso 6: Revisión de las dispersiones**

De acuerdo con las dispersiones obtenidas, no es necesario construir una categoría conceptual emergente, ya que los grupos y nodos construidos están relacionados directamente con las categorías establecidas.

### **Figura 51**

*¿Considera que YouTube es una plataforma que genera aprendizaje por medio del videoblog?*

¿Considera que Youtube es una plataforma que genera aprendizaje por medio del vídeo blog?

8 respuestas



*Figura 51. ¿Considera que YouTube es una plataforma que genera aprendizaje por medio del videoblog?*

Respecto a si los estudiantes consideran que YouTube es una plataforma que genera aprendizaje por medio del vídeo blog, 5 respondieron que sí y 4 no.

**Si la pregunta anterior fue sí, explique por qué**

#### **Paso 1. Selección de elementos significativos**

**Tabla 7**

*¿Por qué considera que Youtube es una plataforma que genera aprendizaje por medio del vídeo blog?*

<b>¿Por qué considera que Youtube es una plataforma que genera aprendizaje por medio del vídeo blog?</b>
Por qué explica mejor con imágenes que con letras
Esta dado para ello
Es capaz de llevar información a muchas partes
Porque muestra contenido de aprendizaje

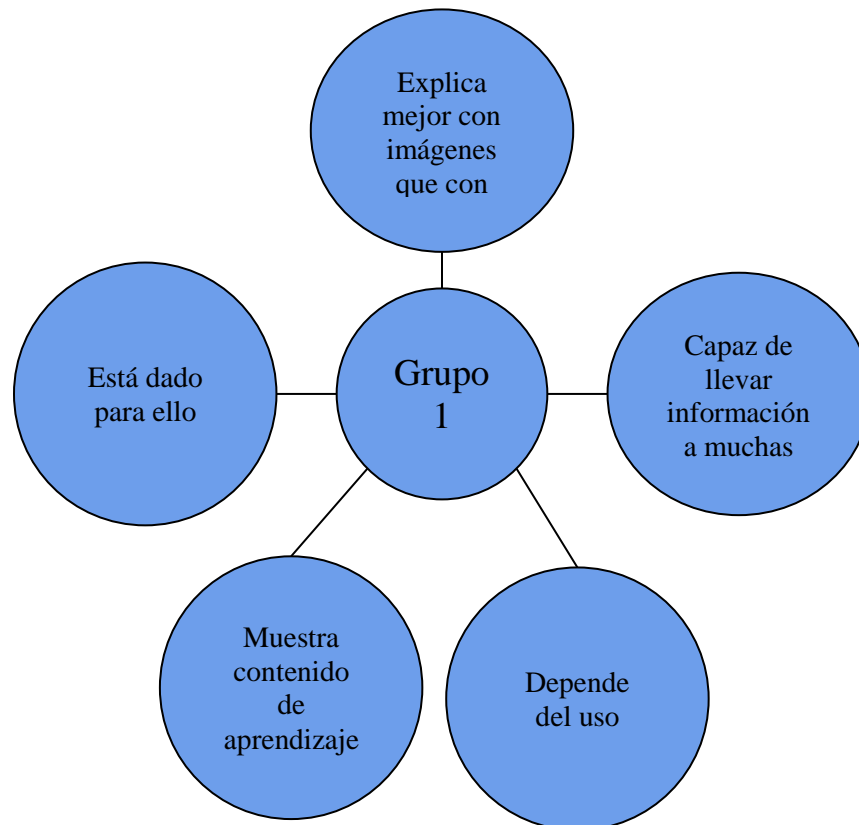


Depende del uso que se le de a la plataforma

## Paso 2: Agrupación de elementos significativos

**Figura 52**

*¿Por qué considera que Youtube es una plataforma que genera aprendizaje por medio del vídeo blog? - Grupo 1*



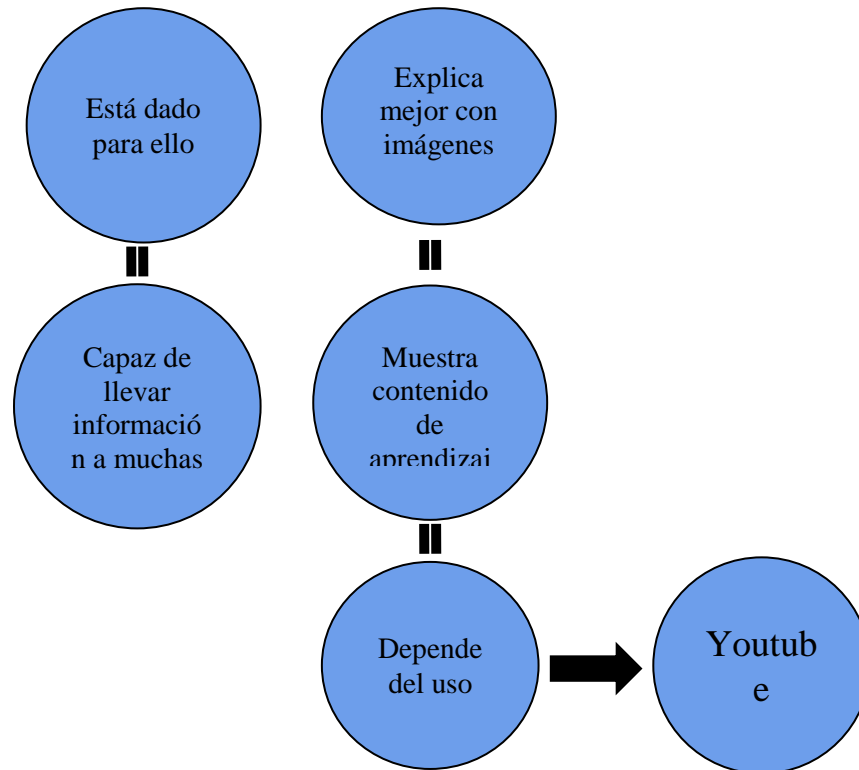
*Figura 52. ¿Por qué considera que Youtube es una plataforma que genera aprendizaje por medio del vídeo blog? - Grupo 1*

## Paso 3: Nominación de los grupos construidos

**Figura 53**

*¿Por qué considera que Youtube es una plataforma que genera aprendizaje por medio del vídeo*

*blog? - Nodo 1*



*Figura 53. ¿Por qué considera que Youtube es una plataforma que genera aprendizaje por medio del*

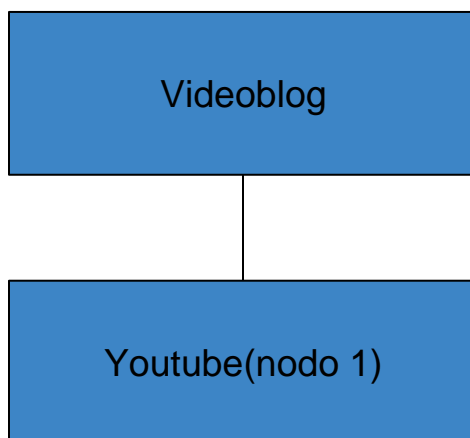
*vídeo blog? - Nodo 1*

#### **Paso 4: Relaciones entre los grupos construidos**

**Figura 54**

*¿Por qué considera que Youtube es una plataforma que genera aprendizaje por medio del vídeo*

*blog? - Relación 1*



*Figura 54. ¿Por qué considera que Youtube es una plataforma que genera aprendizaje por medio del vídeo blog? - Relación 1*

#### **Paso 5: Discusión con autores**

En esta pregunta, los estudiantes describen las características que hacen de YouTube una plataforma que fomenta el aprendizaje a través del videoblog, tal como se ha dado cuenta en las preguntas planteadas. Morales 2017) cita a Aguilar (2009) y menciona sobre el videoblog:

El hábito contemporáneo de aprendizaje mediante tutoriales, (realizados en muchos casos con fines comerciales, pero en otros simplemente con la idea de compartir conocimientos) es una forma cada vez más popular de adquirir destrezas en el uso de herramientas y programas informáticos. Este método es utilizado, desarrollado y compartido por los videobloggers como otra forma de generar comunidad a partir del intercambio de información” (p,53).

Por lo tanto, los estudiantes encuentran en esta plataforma una oportunidad para adquirir y desarrollar habilidades, lo cual se evidencia con algunos de los canales y youtubers que siguen, siendo también una oportunidad para que los estudiantes se incluyan dentro de comunidades virtuales que les permitan expandir sus conocimientos y experiencias frente a esas temáticas que siguen.

#### **Paso 6: Revisión de las dispersiones**

De acuerdo con las dispersiones obtenidas, no es necesario construir una categoría conceptual emergente, ya que los grupos y nodos construidos están relacionados directamente con las categorías establecidas.

**¿Prefiere hacer más uso de Youtube, que de los medios tradicionales como la televisión, la radio y la prensa? ¿ por qué?**

### **Paso 1. Selección de elementos significativos**

**Tabla 7**

*¿Prefiere hacer más uso de Youtube, que de los medios tradicionales como la televisión, la radio y la prensa? ¿ por qué?*

<b>¿Prefiere hacer más uso de Youtube, que de los medios tradicionales como la televisión, la radio y la prensa? ¿ por qué?</b>
No lo colocó delante de otros medios pero es fundamental más que la televisión por qué elijo qué contenido quiero ver
Si, se me hace mas interesante
No, todos se deben ver por igual.
si, porque se encuentran más cosas
Si, porque hay muchos puntos de vista y no va encerrado a lo que quiere la cadena televisiva
Sí porque la información es más directa y selecta
Considero que todos 3 desinforman, es mejor leer y actualizarse por otros medios

### **Paso 2: Agrupación de elementos significativos**

**Figura 55**

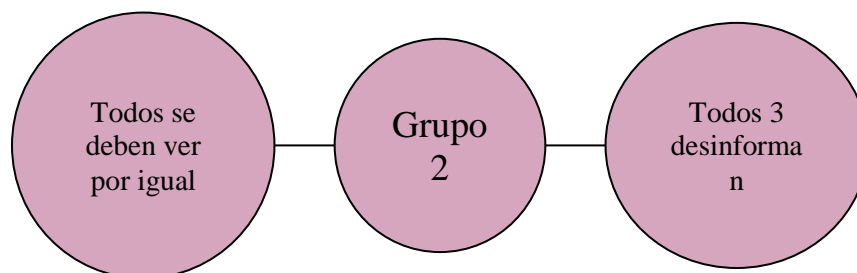
*¿Prefiere hacer más uso de Youtube, que de los medios tradicionales como la televisión, la radio y la prensa? ¿por qué? - Grupo 1*



*Figura 55. ¿Prefiere hacer más uso de Youtube, que de los medios tradicionales como la televisión, la radio y la prensa? ¿por qué? - Grupo 1*

### **Figura 56**

*¿Prefiere hacer más uso de Youtube, que de los medios tradicionales como la televisión, la radio y la prensa? ¿por qué? - Grupo 2*

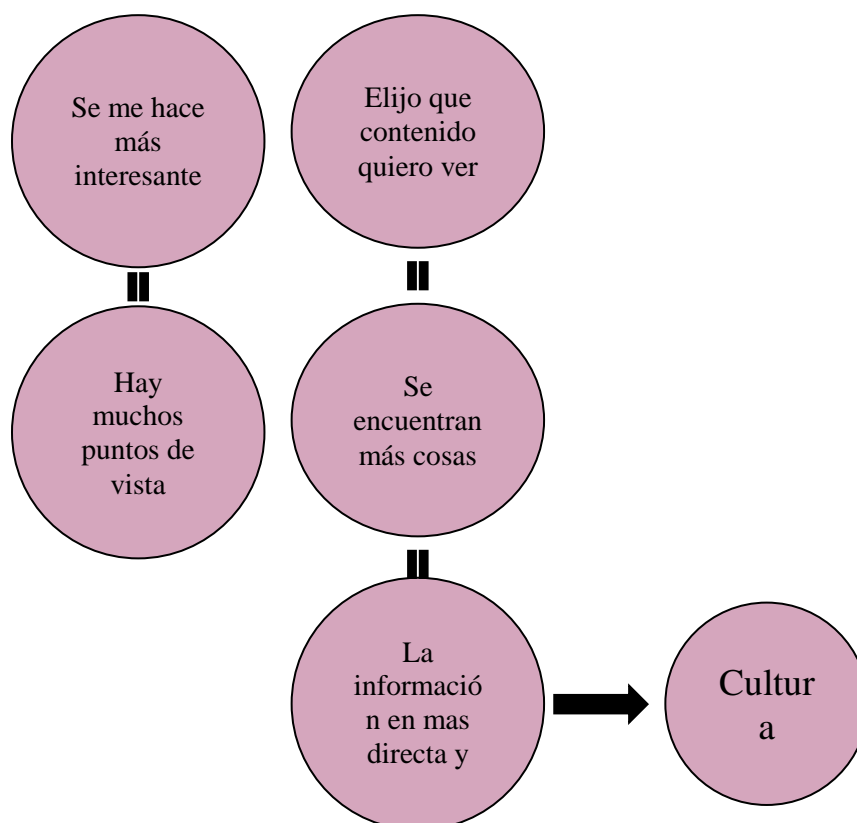


*Figura 56. ¿Prefiere hacer más uso de Youtube, que de los medios tradicionales como la televisión, la radio y la prensa? ¿ por qué? - Grupo 2*

### **Paso 3: Nominación de los grupos construidos**

#### **Figura 57**

*¿Prefiere hacer más uso de Youtube, que de los medios tradicionales como la televisión, la radio y la prensa? ¿ por qué? - Nodo 1*



*Figura 57. ¿Prefiere hacer más uso de Youtube, que de los medios tradicionales como la televisión, la radio y la prensa? ¿ por qué? - Nodo 1*

#### **Figura 58**

*¿Prefiere hacer más uso de Youtube, que de los medios tradicionales como la televisión, la radio y la prensa? ¿ por qué? - Nodo 2*

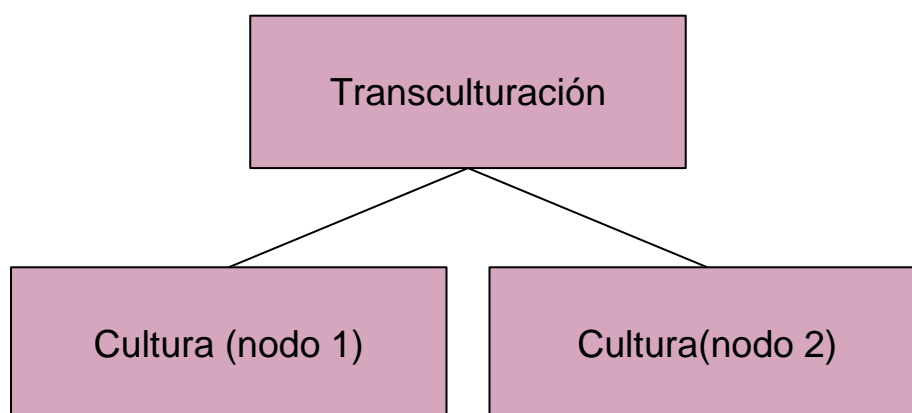


*Figura 58. ¿Prefiere hacer más uso de Youtube, que de los medios tradicionales como la televisión, la radio y la prensa? ¿por qué? - Nodo 2*

#### **Paso 4: Relaciones entre los grupos contruidos**

##### **Figura 59**

*¿Prefiere hacer más uso de Youtube, que de los medios tradicionales como la televisión, la radio y la prensa? ¿por qué? - Relación 1*



*Figura 59. ¿Prefiere hacer más uso de Youtube, que de los medios tradicionales como la televisión, la radio y la prensa? ¿por qué? - Relación 1*

#### **Paso 5: Discusión con autores**

En esta pregunta se buscaba establecer el panorama que los estudiantes tenían de YouTube frente a los medios de comunicación tradicionales, donde en muchas de las respuestas dejaron claro que esta plataforma permite mayor libertad a la hora de elegir el contenido o temáticas a seguir a diferencia de otros medios. Esto da un interesante punto de vista frente al

papel de la transculturación en los medios de comunicación, donde se refleja que aunque en YouTube y otros medios como la televisión se pueda originar un proceso de transculturación, quienes utilizan YouTube están eligiendo qué aspectos desean adoptar de otras culturas y por ende dar paso a un proceso transcultural. Gómez y Domínguez (2014) mencionan “la capacidad transculturizadora de los medios de difusión es posible porque la información proveniente de la cultura dominante se emite privilegiando su visión y conquista las audiencias impulsando la circulación libre de la información, al igual que los programas de entretenimiento que producen en las comunidades receptoras [...](p,2), por lo tanto, queda claro que los medios de comunicación tradicionales hacen de las suyas a la hora de elegir el contenido que van a transmitir a la audiencia, siendo ellos quienes deciden implícitamente los aspectos culturales que con el tiempo se irán transformando en esta y den paso a un proceso de transculturación.

#### **Paso 6: Revisión de las dispersiones**

De acuerdo con las dispersiones obtenidas, no es necesario construir una categoría conceptual emergente, ya que los grupos y nodos construidos están relacionados directamente con las categorías establecidas.

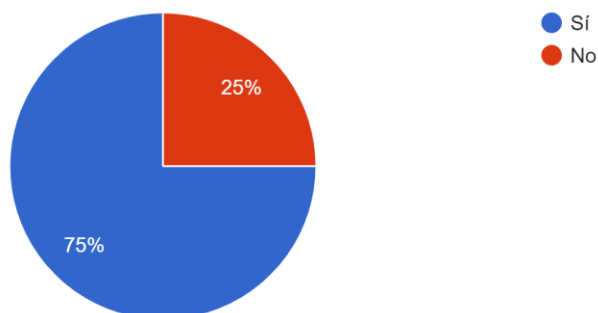
#### **Figura 60**

*¿Cree usted que Youtube ha promovido la decadencia de los medios de comunicación tradicionales como: la televisión, la radio y la prensa?*



¿Cree usted que Youtube ha promovido la decadencia de los medios de comunicación tradicionales como: la televisión, la radio y la prensa?

8 respuestas



*Figura 60. ¿Cree usted que Youtube ha promovido la decadencia de los medios de comunicación tradicionales como: la televisión, la radio y la prensa?*

El 75% de los estudiantes afirmaron que YouTube ha promovido la decadencia de los medios de comunicación tradicionales como: la televisión, la radio y la prensa, mientras que el 25% consideran que no lo ha hecho.

**1. ¿Considera que Youtube es una plataforma que por medio de su contenido ha transformado a la sociedad? ¿por qué?**

**Paso 1. Selección de elementos significativos**

**Tabla 8**

*¿Considera que Youtube es una plataforma que por medio de su contenido ha transformado a la sociedad? ¿por qué?*

<b>¿Considera que Youtube es una plataforma que por medio de su contenido ha transformado a la sociedad? ¿por qué?</b>
Si, por qué es una plataforma que conecta diferentes culturas y nos actualiza
Si, agiliza muchas cosas sobre todo la velocidad a la cual la gente obtiene información de lo

que sea
Si, permitió que se conociera de forma real situaciones que se presentan alrededor del mundo
si, todo lo que influye en nosotros nos transforma
Si porque se encuentra un banco de datos inmenso donde las personas buscan lo que quieran y no lo que les quieren mostrar si no le convence un vídeo simplemente va a otro parecido del tema a ver si es verdad o es mentira
Si, porque ahora se busca todo en youtube
Si, como dije anteriormente, dependiendo del uso que se le de será la transformación ya sea positiva o negativa

## Paso 2: Agrupación de elementos significativos

**Figura 61**

*¿Considera que Youtube es una plataforma que por medio de su contenido ha transformado a la sociedad? ¿por qué? - Grupo 1*

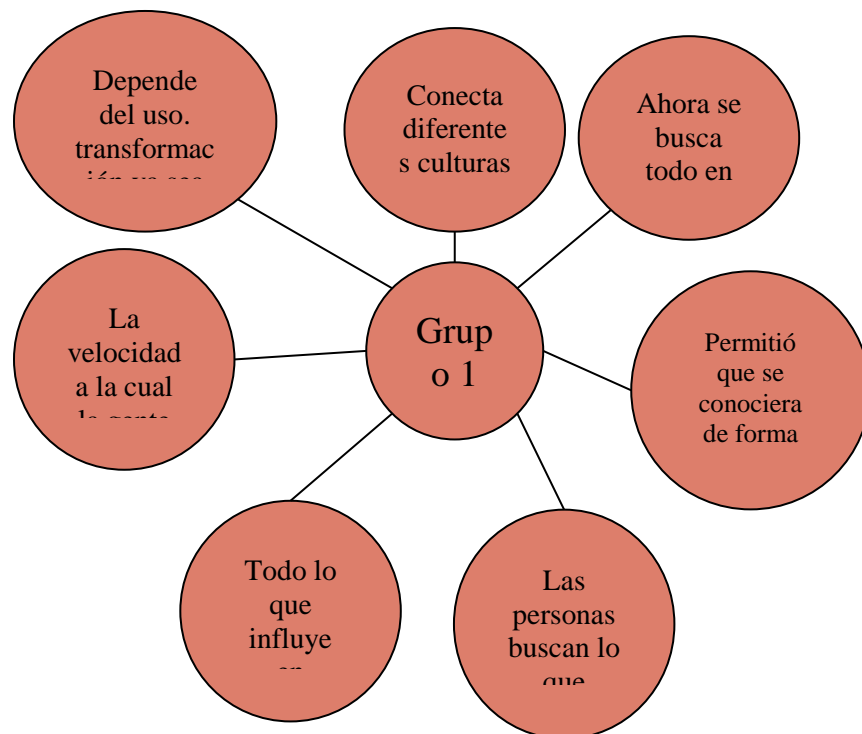


Figura 61. ¿Considera que Youtube es una plataforma que por medio de su contenido ha transformado a la sociedad? ¿por qué? - Grupo 1

### Paso 3: Nominación de los grupos construidos

#### Figura 62

¿Considera que Youtube es una plataforma que por medio de su contenido ha transformado a la sociedad? ¿por qué? - Nodo 1

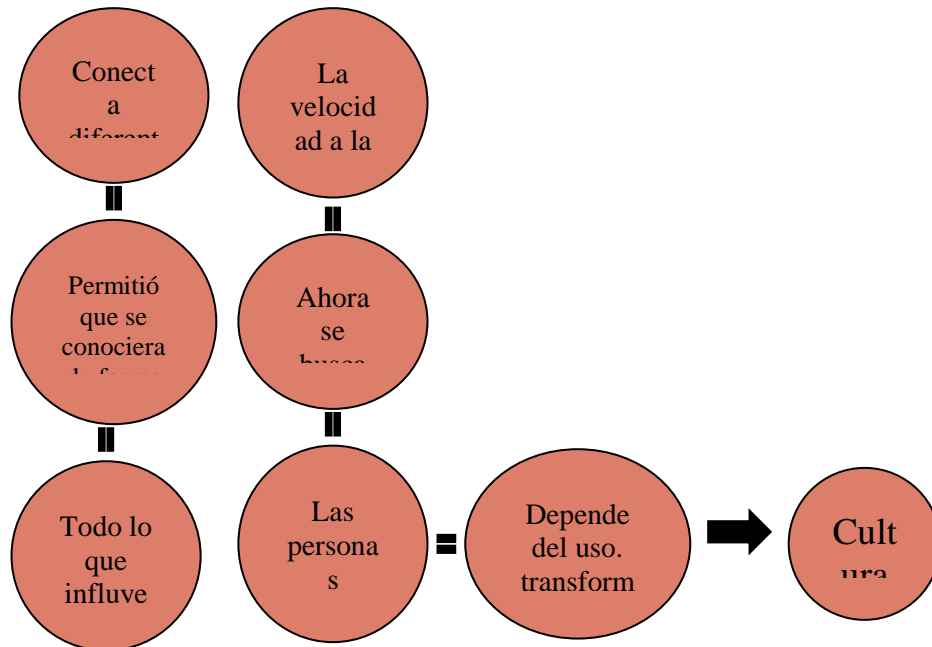
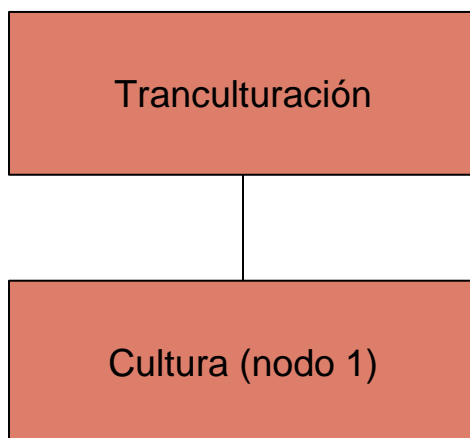


Figura 62. ¿Considera que Youtube es una plataforma que por medio de su contenido ha transformado a la sociedad? ¿por qué? - Nodo 1

### Paso 4: Relaciones entre los grupos construidos

#### Figura 63

¿Considera que Youtube es una plataforma que por medio de su contenido ha transformado a la sociedad? ¿por qué? - Relación 1



*Figura 63. ¿Considera que Youtube es una plataforma que por medio de su contenido ha transformado a la sociedad? ¿por qué? - Relación 1*

#### **Paso 5: Discusión con autores**

Esta pregunta es de suprema importancia dentro de la encuesta, ya que es un acercamiento directo al fenómeno de la transculturación frente a una visión objetiva que los estudiantes presentan acerca de cómo YouTube ha logrado a transformar a la sociedad. Los elementos significativos dan cuenta de que esta plataforma en efecto ha logrado realizar transformaciones socioculturales a través de los contenidos que se generan allí. La transculturación es definida por Redfield, Linton y Herskovits (1936) como “aquellos fenómenos que resultan cuando grupos de individuos con culturas diferentes entran en un contacto de primera mano con cambios subsecuentes en los patrones de la cultura original o en ambos grupos.” (p. 149), por ende, las redes sociales por naturaleza se convierten en un espacio que propicia el encuentro cultural con sociedades alrededor del mundo, y que por supuesto, influyen de una u otra forma en la transformación de la cultura, o al menos como la cita lo plantea, en patrones culturales.

**Paso 6: Revisión de las dispersiones**

De acuerdo con las dispersiones obtenidas, no es necesario construir una categoría conceptual emergente, ya que los grupos y nodos construidos están relacionados directamente con las categorías establecidas.

## Capítulo 4: Discusión de resultados

De acuerdo con el grupo poblacional elegido que fue estudiantes de Ciencias del Deporte y la Recreación, se evidencia que el sexo masculino predomina en este tipo de programas académicos tal como menciona Hargreaves (1993) “la hegemonía masculina en el deporte es más resistente al cambio que en cualquiera otra área” (p.3) , pero también se evidencia como con el paso del tiempo la participación del sexo femenino (25% dentro de la encuesta) ha adquirido relevancia dentro del deporte, siendo estas una barrera cultural que se ha ido rompiendo. La mayoría de estos estudiantes se encuentran entre los 21 y 25 años de edad, un grupo poblacional que se encuentra la Generación Z y los millenials, tal como lo menciona Cerezo (2016) “ utilizaremos, por tanto, la etiqueta Generación Z para englobar a las generaciones más jóvenes que han crecido en los albores de la sociedad digital y que, en algunos casos, se refieren exclusivamente a los adolescentes que ahora cuentan con menos de 20 años de edad y otras veces se incluirán también a los millennials más jóvenes.”.

El 100% de los estudiantes realizan deporte como actividad extracurricular, esto en clara relación con el programa académico en el que se encuentran, el 75% afirman que el dispositivo que más utilizan es el smartphone, según La Primera Gran Encuesta TIC en Colombia del Ministerio de TIC (2017) un 32% de los colombianos poseen un teléfono inteligente, por debajo del 38% que disponen de un computador portátil . También, el 100% hacen uso de YouTube, el 62.5% lo utilizan desde hace más de 8 años, mientras que el 37.5% entre 5 y 7 años, con una frecuencia semanal de más de cinco días a la semana y una diaria de 3 a 5 horas, evidenciando el gran uso que hacen de esta plataforma, y por ende, la susceptibilidad a que se generen procesos de transculturación es alta, ya que se los estudiantes o usuarios si se desean llamar así, se encuentran en constante contacto con múltiples culturas que habitan dentro de la plataforma.

El 100% de los estudiantes afirman que uno de los principales objetivos por los que usan YouTube es para entretenerse, pero también encuentran a YouTube como un espacio que propicia el aprendizaje y que logra ser de gran ayuda para su programa académico, aunque recalcan como aspectos

negativos el constante bombardeo de anuncios y de contenido engañoso o fake news que llevan a la desinformación, por ende, hay que considerar que dado el frecuente uso que hacen de la plataforma y los contenidos que visualizan, es posible hablar de un proceso de transculturación que se ha venido dando desde el tiempo que han venido usando YouTube. El 87.5% de los estudiantes afirman que solo visualizan contenido en YouTube y no participan de ninguna manera en las comunidades que allí se encuentran, por lo tanto, se habla de usuarios que acuden a un modelo de comunicación unidireccional, donde los estudiantes no retroalimentan la información de forma directa dentro de la plataforma, dejando la incógnita de si lo harán por otros medios.

El 62.5% de los estudiantes siguen canales de youtubers y entre ellos se encuentran canales relacionados con el deporte y el fitness como Farid Naffah, de música y de entretenimiento como Auronplay, reafirmando las temáticas que se identificaron en un inicio, entre los aspectos positivos que reconocen en los youtubers, afirman la calidad del contenido que desarrollan, la popularidad que presentan en la plataforma y la propuesta de temas de interés para la comunidad, pero destacan como puntos negativos la constante polémica que generan o aspectos de la personalidad que les parecen reprochables, siendo todos estos puntos importantes a tener en cuenta a la hora de elegir los canales a seguir. En cuanto a las características que les llaman la atención de los youtubers que siguen, mencionan aspectos como la frescura, la emotividad, la forma de expresarse, la creatividad y el humor, reafirmando y profundizando en los aspectos descritos anteriormente.

El 50% de los estudiantes se identifican con la cultura paisa, la cual es propia de la región, pero, por otro lado, se encuentran otros resultados que dan lugar a un 87.5% los cuales incluyen la cultura valluna, serrana, costeña y bogotana, representando que los estudiantes se identifican con una o más culturas de las planteadas, siendo clave para dar cuenta no solo de un proceso de transculturación originado por YouTube sino también por otros factores que podrían llegar a ser analizados si así se quisiera.

El 87% de los estudiantes consideran que YouTube no les ha promovido a adoptar aspectos de otras culturas, y tal como se ha evidenciado en la encuesta esto podría ser verídico, ya que, los mayores indicios de un proceso de transculturación a través de YouTube que se han encontrado en la encuesta ha sido con respecto a la forma en cómo han incluido esta plataforma en sus hábitos cotidianos para responder a necesidades relacionadas con el entretenimiento, el aprendizaje o el deporte, por ende, es arriesgado afirmar que un youtuber a través de videoblogs ha logrado propiciar la adopción de aspectos de otras culturas ya que los estudiantes apenas y hacen mención de ellos y se enfocan más en las temáticas en general, por lo tanto, se puede afirmar que YouTube es una plataforma que efectivamente se ha incluido dentro de su cultura, evidenciado con el frecuente uso que hacen de ella y las diferentes prácticas que han adoptado con relación a su uso, pero no hay suficientes pruebas para demostrar que los youtubers y los videoblogs que siguen han propiciado procesos de transculturación derivados de sus contenidos o incluso de los aspectos positivos y negativos que recalcan sobre ellos, ya que pasan a ser simplemente aspectos valorativos.

Una muestra de ello es que el 50% de los encuestados apenas y respondió la pregunta con respecto a los aspectos que han adoptado de otras culturas por medio de los videoblogs de los youtubers que siguen, los cuales van desde el interés por viajar a otros lugares dentro y fuera de su país, hasta el fomento de prácticas y hábitos saludables, por lo tanto, la propuesta pedagógica será el insumo que permitirá recoger la información necesaria para esclarecer si se da un proceso de transculturación a través de los videoblogs desarrollados por youtubers como Farid Naffah, Auronplay u otros relacionados con las temáticas que los estudiantes revelaron siguen dentro de la plataforma. Cuando se le preguntó a los estudiantes que respondieron sí a la anterior pregunta cuáles eran las razones por las cuales adoptaron esos aspectos dentro de su cultura, respondieron que eran interesantes, les llamaban la atención y despertaba curiosidad, algo muy relacionado a las estrategias de los medios de comunicación que buscan generar en la audiencia una serie de intereses que van desde lo social y lo cultural hasta lo económico y lo político, tal como se reflexionó en la discusión con autores en el protocolo de análisis.



El 100% de los estudiantes afirmó que el vídeo como formato les permite comprender de mejor manera los contenidos que visualiza en internet, y esto lo reafirma al afirmar que prefieren visualizar un vídeo sobre un tema de interés que leer un artículo o aprender una habilidad por medio de videoblogs que leer un manual. Esto da cuenta del potencial educativo que esta plataforma ofrece, Kearney y Treagust (2001) afirman que

“una de las primeras experiencias registradas sobre el uso de vídeos como recurso educativo se remonta a los años 50, en donde la Asociación Americana de Profesores de Física en Estados Unidos, ordenó la producción de un conjunto de “ayudas visuales” como material de apoyo a la enseñanza de la física.” (p. 66).

Hoy en día, el notable crecimiento de las industrias TIC ha potenciado el uso de recursos digitales dentro de la educación, es así como YouTube se ha convertido en un espacio propicio para la educación, tal como en anteriores preguntas los estudiantes lo afirmaron, ya sea a partir de videotutoriales, tours, reseñas, entre otros recursos que se encuentran allí y que buscan de forma intencional o no intencional que las personas adquieran nuevos conocimientos y desarrollen nuevas habilidades.

87.5% de los estudiantes respondieron de nuevo que por medio de YouTube no han perdido aspectos de su cultura nativa, reafirmando lo discutido anteriormente. A quienes respondieron sí, se les preguntó las razones por las que creían que esto ocurría, pero la respuesta no fue acorde a la pregunta tal como se describió en la discusión con los autores. El 62,5% afirma que efectivamente que a través del videoblog se generan aprendizajes, reafirmando la pregunta que se debatió en el párrafo anterior, entre las razones por las que esto sucede se encuentran: la imagen es más fácil de entender que el texto, el formato está dado para ello, lleva información a muchas partes simultáneamente, permite el aprendizaje, lo cual cuenta como este formato se ha convertido en los últimos años en un recurso educativo informal, donde los jóvenes buscan generar aprendizajes a partir de la diversidad de temáticas que se encuentran allí, llegando incluso a despertar el interés por el desarrollo ciertos aprendizajes, así como también las

categorías mencionadas son de gran recepción dentro de la plataforma, por ende, es necesario considerar también dentro de las temáticas que intervienen en el proceso de transculturación el aprendizaje.

Frente a la pregunta si prefieren hacer más uso de YouTube que de los medios tradicionales como la televisión, la radio y la prensa, la mayoría de acuerdo concuerdan con que es así, donde destacan que los contenidos que hay allí son mucho más interesantes, más diversos y sobre todo, que es el usuario quien decide qué ver, siendo esta una clara crítica a la masificación de los medios tal como se hablaba en la discusión con autores de esta pregunta, por lo tanto, esta pregunta permite establecer un panorama cronológico, donde se da cuenta que en efecto esta plataforma ha ido relegando a los medios de comunicación tradicionales, y por lo tanto, también ha significado un proceso de transformación cultural que posiblemente devino de la transculturación. Para reafirmar esta pregunta, el 75% de los estudiantes afirmaron que YouTube ha promovido la decadencia de los medios de comunicación tradicionales como: la televisión, la radio y la prensa.

Por último, se les preguntó a los estudiantes si consideraban que YouTube es una plataforma que por medio de su contenido ha transformado a la sociedad y por qué, donde 7 de las respuestas fueron afirmativas, argumentando que esta plataforma permite el contacto múltiples culturas, estar siempre al día, ha cambiado la forma en cómo se accede y obtiene a la información, conocer la realidad desde otras perspectivas y genera criticidad frente a los contenidos que hay allí, por lo tanto, esta pregunta aunque busca comprender el punto de vista objetivo de los participantes, también da cuenta de que lo mencionado compete con ellos mismos, por lo tanto, esta pregunta es una buena contrapregunta respecto a la pregunta relacionada con la pérdida de aspectos culturales por medio del videoblog en YouTube, ya que aquí en efecto se evidencia que desde su perspectiva esta plataforma ha incidido a nivel social y cultural, eso sí, hay que dejar claro que esta pregunta no abarca el punto central de esta investigación, el videoblog, pero sí que permite abordar ciertos elementos interesantes que permiten definir un panorama general frente al fenómeno de la transculturación dentro de YouTube.

#### **4.1 Propuesta pedagógica:**

La encuesta tal y como se detalló anteriormente, arrojó interesantes resultados frente al uso y la percepción que tienen los estudiantes frente a YouTube y cómo esta plataforma ha logrado hacer parte de su cultura, denotado a través del frecuente uso que hacen de esta y de las diferentes temáticas que siguen, pero aún queda por responder si en efecto se puede dar un proceso de transculturación por medio de videoblogs en YouTube, ya que como se mencionó anteriormente, la encuesta arrojó percepciones generales frente a la plataforma pero no permite ahondar demasiado en el fenómeno de la transculturación, además porque este tipo de transformaciones debe de ser estudiada con otro tipo de instrumentos que permitan ahondar en lo descubierto en la encuesta preliminar, por ende, la propuesta pedagógica se convierte en uno de ellos.

Se propone el desarrollo de cuatro secuencias didácticas enfocadas en las categorías conceptuales planteadas dentro de la investigación que tengan como fin acercar a los estudiantes predilectos a no solo apropiarse nuevos conocimientos frente a estas sino también abrir diferentes debates en clase que permitan al maestro recolectar información que sirva de insumo para analizar factores determinantes que desencadenan o ya hayan desencadenado un proceso de transculturación.

Esta propuesta busca responder a lo mencionado por Rama (1982) frente a los momentos del proceso de transculturación:

entendemos que el vocablo transculturación expresa mejor las diferentes fases del proceso transitivo de una cultura a otra, porque éste no consiste solamente en adquirir una cultura, que es lo que en rigor indica el término aculturación, sino que el proceso implica también necesariamente la pérdida o desarraigo de una cultura precedente, lo que pudiera decirse una parcial desculturación, además, significa la consiguiente creación de nuevos fenómenos culturales que pudieran denominarse neoculturación. (p.32).

Por lo tanto, esta propuesta se plantea con el fin de promover el desarrollo de un proceso de transculturación a través del videoblog a partir de esos tres momentos planteados por Rama (1982): aculturación, desculturación y neoculturación, para ello se plantean las siguientes secuencias didácticas:

#### **4.1.1 Secuencia 1 - Las Redes Sociales:**

Esta primera secuencia didáctica busca ser el primer acercamiento con los estudiantes frente al fenómeno de la transculturación, donde no solo se abordará el tema de las redes sociales como un eje temático dentro de la propuesta, sino que también será la oportunidad para comprender la relación que los estudiantes tienen con ellas, buscando comprender su impacto a nivel social y cultural, Aguilar y Said (2010) mencionan que:

Con su aparición, las redes sociales virtuales han entrado a ser parte fundamental de la interacción de millones de personas en el planeta y, de esta manera, a viejas prácticas sociales y formas de comunicación interpersonal, que a su vez generan nuevas prácticas, lenguajes, y formas de socialización, tanto en la esfera social presencial, como en la virtual, así como nuevas formas de identificarse, representarse a sí mismos y ejercer su ciudadanía [...] (p.3).

Por lo tanto, esta secuencia permitirá abrir una interesante discusión frente al surgimiento de las redes sociales, su recorrido a lo largo de la historia y cómo han logrado transformar las prácticas sociales y culturales, lo cual permitirá desarrollar en los estudiantes unas bases no intencionales frente a lo que implica un proceso de transculturación, pero también a partir de los diferentes debates que surjan en clase con base en preguntas prediseñadas en la secuencia y de la participación voluntaria de los estudiantes, el docente tendrá los insumos necesarios para el análisis de este contacto preliminar con dicho fenómeno.

#### **Tabla 9**

##### *Introducción a las Redes Sociales*

## **1. DATOS GENERALES**

<b>Título de la secuencia didáctica:</b> Introducción a las Redes Sociales	<b>Secuencia didáctica #:</b> 1
<b>Institución Educativa:</b> -----	<b>Sede Educativa:</b> -----
<b>Tipo de sede:</b> Rural ____ Urbana <u> X </u>	<b>Municipio:</b> Pereira
<b>Docentes responsables:</b>	<b>Departamento:</b> Risaralda
<b>Área de conocimiento:</b> Tecnología e Informática	<b>Tema:</b> Las redes sociales
<b>Grado:</b> Estudiantes	<b>Tiempo:</b> 4 horas
<p><b>Descripción de la secuencia didáctica:</b> en esta primera sesión se busca realizar un acercamiento a los estudiantes sobre las generalidades de las redes sociales, para ello, es importante dar respuesta a preguntas como: qué son, de dónde provienen, cuáles son las principales y qué tipo de contenidos multimedia se pueden encontrar allí.</p> <p>A partir del desarrollo de estas temáticas se abrirán espacios durante la clase en los cuales el docente y los estudiantes retroalimentaran los contenidos a partir de una serie de preguntas que les permitan analizar el impacto que han generado las redes sociales en la construcción de la sociedad de la información.</p>	

## 1. OBJETIVOS, COMPETENCIAS Y CONTENIDOS

### Objetivo de aprendizaje:

Identificar las generalidades de las redes sociales a partir de su definición, recorrido histórico, contenidos, usos e importancia dentro del mundo digital.

Comprender el papel que han desarrollado las redes sociales en la transformación de la sociedad.

### Contenidos a desarrollar:

<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Definición y usos de las redes sociales</li> <li>2. Surgimiento de las redes sociales en la era digital</li> <li>3. Las principales redes sociales</li> <li>4. Formatos audiovisuales en las redes sociales</li> </ol>	
<p><b>Competencias del MEN:</b></p> <p>Guía No. 30: Ser competente en tecnología: ¡una necesidad para el desarrollo!</p>	<p><b>Estándar de competencia del MEN:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Explico cómo la tecnología ha evolucionado en sus diferentes manifestaciones y la manera cómo éstas han influido en los cambios estructurales de la sociedad y la cultura a lo largo de la historia.</li> <li>● Identifico y analizo ejemplos exitosos y no exitosos de la transferencia tecnológica en la solución de problemas y necesidades.</li> <li>● Utilizo adecuadamente herramientas informáticas de uso común para la búsqueda y procesamiento de la información y la comunicación de ideas</li> <li>● Trabajo en equipo en la realización de proyectos tecnológicos y, cuando lo hago, involucro herramientas tecnológicas de comunicación.</li> </ul>
<p><b>Referentes conceptuales</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● REDES SOCIALES por Rosario Peiró</li> <li>● BREVE HISTORIA DE LAS REDES SOCIALES por Gonzalo Rodriguez Nolasco</li> <li>● TOP 10 DE LAS REDES SOCIALES MÁS USADAS EN EL MUNDO por Arturo Barrera</li> <li>● LOS 10 TIPOS DE CONTENIDOS VISUALES QUE DEBES INCLUIR EN TUS ESTRATEGIAS PARA REDES SOCIALES por Elisabet Parera</li> </ul>	
<p><b>Modelo de aprendizaje</b></p> <p>Modelo constructivista</p>	

## 2. METODOLOGÍA:

FASES	METODOLOGÍA
<b>Preguntémonos</b>	<p><b>Inicio:</b> a lo largo de la clase se abrirá discusión a los diversos temas propuestos, para ello se realizará inicialmente preguntas de diagnóstico que permitan definir la relación que tienen los estudiantes con las redes sociales: ¿hacen uso de ellas?, ¿cuáles son las que más utilizan? o ¿qué dispositivos tecnológicos frecuentan?</p> <p><b>Desarrollo:</b> en medio de los temas centrales, se abrirá debate a preguntas más reflexivas frente a las redes sociales como: ¿con qué objetivo las usan? o ¿creen que los han influenciado a desarrollar gusto por una serie de prácticas en particular?</p> <p><b>Cierre:</b> se abrirá un último espacio de preguntas en relación con el tema final de la clase, tales como: ¿qué tipo de formatos prefiere visualizar en redes sociales? o ¿realiza estos formatos y los sube a las redes?</p>
<b>Exploremos</b>	<p><b>Inicio:</b> se dará inicio a la clase a partir de un video del Ministerio de TIC titulado “<b>Qué es una red social</b>”, en el cual se contextualiza brevemente este término a partir de su relación tanto social como tecnológica.</p> <p><b>Desarrollo:</b> se continuará con la segunda parte de la clase a través de un video del canal en YouTube Educlic titulado “<b>Las Redes Sociales</b>”, donde se hará un breve repaso por su historia y lo que representan actualmente para la sociedad.</p> <p><b>Cierre:</b> para concluir con el último tema de la clase, se dará paso a un video del canal “Data is Beautiful” titulado “<b>Most Popular Social Networks 2003-2019</b>”, en donde se reflejan las redes sociales que fueron y son las más populares en el mundo.</p>
<b>Apliquemos</b>	<p><b>Inicio:</b> luego de realizar las preguntas de diagnóstico y visualizar el video “Qué es una red social”, se introducirá el tema “<b>Definición y uso de las redes sociales</b>”, donde se profundizará en el origen y popularización de este término con la llegada de la era digital.</p> <p><b>Desarrollo:</b> después de realizar el juego en Kahoot! y visualizar el vídeo “Las Redes Sociales” del canal Educlic, se introducirá el segundo y tercer tema de la clase: “<b>Surgimiento de las redes sociales en la era digital</b>” y “<b>Las principales redes sociales</b>”, donde se ahondará cronológicamente en la historia de estas plataformas a través de la llegada de las computadoras e internet, llegando a la actualidad con las más populares dentro de la población mundial.</p>

	<p><b>Cierre:</b> finalizado el segundo juego en Kahoot!, se culminará la clase introduciendo el tema “<b>Formatos audiovisuales en las redes sociales</b>”, en el cual se ahondará sobre los diversos recursos multimedia que se pueden encontrar en las redes sociales.</p>
<b>Evaluemos</b>	<p><b>Inicio y Desarrollo:</b> los estudiantes pondrán a prueba los conocimientos adquiridos durante la primera y segunda parte de la clase a través de un juego en la plataforma Kahoot!.</p> <p><b>Cierre:</b> con el fin de evaluar los conocimientos adquiridos durante la clase, los estudiantes estarán en la capacidad de plantear los aspectos básicos de las redes sociales como plataformas digitales a partir de su diseño. Es así cómo se dispondrán grupos de trabajo en los cuales se plantee la estructura básica de una red social desde cero, para ello definirán su nombre, funciones, público objetivo, entre otros aspectos.</p>

## RECURSOS

- Computador
- Conexión a Internet
- Videobeam

## BIBLIOGRAFÍA

Peiró, Rosario (s.f.). Redes sociales. Economipedia. Recuperado de <https://economipedia.com/definiciones/redes-sociales.html>.

Rodriguez, Gonzalo (06 de Enero de 2017). Una breve historia de las redes sociales. Hootsuite. Recuperado de <https://economipedia.com/definiciones/redes-sociales.html>.

Barrera, Arturo (s.f.). Top 10 de las redes sociales más usadas en el mundo. Next U. Recuperado de <https://www.nextu.com/blog/top-10-redes-sociales/>.

Parera, Elisabet (s.f.). Los 10 tipos de contenidos visuales que debes incluir en tus estrategias para Redes Sociales (+ las herramientas para crearlos y los mejores trucos de los expertos). Postcron. Recuperado de <https://postcron.com/es/blog/contenido-visual-estrategias-para-redes-sociales/>.

[Ministerio TIC Colombia], (20 de Agosto de 2014). Qué es una red social [Archivo de vídeo]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=6R9kxdaWtAI>



[Educlíic], (21 de Octubre de 2014). Educlíic: Las Redes Sociales [Archivo de vídeo]. Recuperado de [https://www.youtube.com/watch?v=VPgG\\_eNqjnA](https://www.youtube.com/watch?v=VPgG_eNqjnA)

[Data Is Beautiful], (24 de Septiembre de 2019). Most Popular Social Networks 2003 - 2019 [Archivo de vídeo]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=aOymOiQdNaE>

#### **4.1.2 Secuencia 2 - El vídeo**

Este segundo momento corresponde a un acercamiento directo con el formato del vídeo, el cual, se ha popularizado a un gran ritmo durante los últimos años, en especial en redes sociales como YouTube (el cual será el tercer momento de esta propuesta), por lo tanto, es importante comprender también cómo a partir de su surgimiento se originaron transformaciones a nivel social y cultural, donde esta tecnología dio paso al origen de la televisión, uno de los medios de comunicación más populares en todo el mundo, pero también, como en la anterior secuencia, se busca un acercamiento con los estudiantes frente a este formato, logrando obtener información precisa que permita comprender al docente con mayor profundidad el impacto cultural que las redes sociales y el vídeo han suscitado en los jóvenes de la actualidad, se instruirá sobre el proceso de pre, pro y posproducción de un producto audiovisual, logrando acercar a los estudiantes también a comprender desde el ámbito técnico el desarrollo del vídeo, que además será importante para el desarrollo de las dos siguientes secuencias. Manovich (2001) menciona que “los vídeos son hoy una parte sustancial de las interacciones que crean una información globalmente compartida a la que, según una metáfora espacial, llamamos ciberespacio, espacio navegable, espacio que podemos navegar gracias al lenguaje hipertextual (p. 251).”, por lo tanto, el vídeo ha adquirido un rol protagónico dentro internet, a tal punto que ha logrado generar nuevas dinámicas con respecto a las formas de interacción de la sociedad, por ende, es importante resaltar su papel a través de la historia, para comprender cómo a través de ese cauce temporal se han dado importantes transformaciones a nivel social y cultural.

**Tabla 10**

*El vídeo***1. DATOS GENERALES**

<b>Título de la secuencia didáctica:</b> El video	<b>Secuencia didáctica #:</b> 2
<b>Institución Educativa:</b> -----	<b>Sede Educativa:</b> -----
<b>Tipo de sede:</b> Rural ____ Urbana <u><b>X</b></u>	<b>Municipio:</b> Pereira
<b>Docentes responsables:</b>	<b>Departamento:</b> Risaralda
<b>Área de conocimiento:</b> Tecnología e Informática	<b>Tema:</b> El vídeo
<b>Grado:</b>	<b>Tiempo:</b> 4 horas
<p><b>Descripción de la secuencia didáctica:</b> en esta segunda clase, se trabajará el concepto del video a través de su historia, orígenes, tipologías y procesos de realización.</p> <p>Como en la primera clase, se abrirán espacios de debate que permitan identificar la relación que tienen los estudiantes con este formato audiovisual, además de reflexionar sobre aspectos socioculturales que se reflejan en su uso.</p>	

**1. OBJETIVOS, COMPETENCIAS Y CONTENIDOS****Objetivo de aprendizaje:**

Identificar las generalidades del video a partir de su definición, historia, tipología y producción.

Comprender el papel que ha desarrollado el video en la transformación de la sociedad.

**Contenidos a desarrollar:**

<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Definición del video</li> <li>2. Surgimiento del video</li> <li>3. Las tipologías del video</li> <li>4. Producción audiovisual (pre, pro y postproducción)</li> </ol>	
<p><b>Competencias del MEN:</b></p> <p>Guía No. 30: Ser competente en tecnología: ¡una necesidad para el desarrollo!</p>	<p><b>Estándar de competencia del MEN:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Explico cómo la tecnología ha evolucionado en sus diferentes manifestaciones y la manera cómo éstas han influido en los cambios estructurales de la sociedad y la cultura a lo largo de la historia.</li> <li>● Identifico y analizo ejemplos exitosos y no exitosos de la transferencia tecnológica en la solución de problemas y necesidades.</li> <li>● Utilizo adecuadamente herramientas informáticas de uso común para la búsqueda y procesamiento de la información y la comunicación de ideas</li> <li>● Trabajo en equipo en la realización de proyectos tecnológicos y, cuando lo hago, involucro herramientas tecnológicas de comunicación.</li> </ul>
<p><b>Referentes conceptuales</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● DEFINICIÓN DE VIDEO por Julián Pérez Porto y Ana Gardey</li> <li>● HISTORIA DEL VIDEO - ORIGEN E INVENTOR por CurioSfera Historia</li> <li>● LOS TIPOS DE VIDEOS EN EL MARKETING DE CONTENIDOS por Diana C. Romero</li> <li>● ¿QUÉ ES LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL? por produccionaudiovisual.com</li> </ul>	
<p><b>Modelo de aprendizaje</b></p> <p>Modelo constructivista</p>	

## 2. METODOLOGÍA:

## 

FASES	METODOLOGÍA
<b>Preguntémonos</b>	A lo largo de la clase se abrirá discusión a los diversos temas propuestos, en este caso se hará énfasis en determinar la relación de los estudiantes con este formato a través de los diferentes medios de difusión y dispositivos tecnológicos que hacen uso.
<b>Exploremos</b>	<p><b>Inicio:</b> los estudiantes realizarán una breve lectura donde se contextualiza sobre el origen etimológico de la palabra video, además de sus características básicas.</p> <p><b>Desarrollo:</b> los estudiantes visualizarán una infografía en la cual se realiza un recorrido histórico por las videocámaras que salieron al mercado desde los años 50 hasta la actualidad.</p> <p><b>Cierre:</b> los estudiantes visualizarán el making off de una serie televisiva, donde a su vez identificarán los posibles roles que hacen parte de la producción.</p>
<b>Apliquemos</b>	<p><b>Inicio:</b> se dará inicio al tema “<b>Definición del video</b>”, en el cual se hablará sobre el origen de este término y su relación con el cine.</p> <p><b>Desarrollo:</b> continuará la clase con los temas “<b>Surgimiento del video</b>” y “<b>Las tipologías de video</b>”, en donde se realizará un recorrido histórico a este formato en conjunto con las diferentes tipologías que están presentes actualmente.</p> <p><b>Cierre:</b> se concluirá la clase con el tema “<b>Producción audiovisual</b>” en el cual se ahondará en los conceptos técnicos de producción audiovisual a partir de la descripción de los roles, sus funciones y cómo se llevan a cabo a partir de una serie de tres etapas: preproducción, producción y postproducción.</p>
<b>Evaluemos</b>	Como ejercicio de evaluación, los estudiantes realizarán un video de corta duración en grupos de trabajo, donde a cada uno se le asignará una tipología de las vistas en clase y se le asignará un rol dentro de la producción.

## RECURSOS

- Computador
- Conexión a Internet
- Videobeam
- Cámara fotográfica o dispositivo móvil con cámara

## BIBLIOGRAFÍA

Definición.de (s.f). Definición de video. Definición.de. Recuperado de <https://definicion.de/video/>

CurioSfera Historia (01 de Septiembre de 2020). Historia del vídeo – Origen e inventor. Curiosfera. Recuperado de <https://curiosfera-historia.com/historia-del-video-inventor/>

Romero, Diana (21 de Julio de 2019). ¿Cuáles son los 8 tipos de video en el marketing de contenidos?. Recuperado de <https://www.wearecontent.com/blog/marketing-de-contenidos/8-tipos-de-videos>

Romero, Diana (21 de Julio de 2019). ¿Cuáles son los 8 tipos de video en el marketing de contenidos?. Recuperado de <https://www.wearecontent.com/blog/marketing-de-contenidos/8-tipos-de-videos>

producciónaudiovisual.com (s.f.). ¿Qué es la producción audiovisual?. Recuperado de <https://produccionaudiovisual.com/que-es-la-produccion-audiovisual/>

[FOX España TV], (07 de Mayo de 2018). Vis a Vis en FOX 3x01 - Making Of [Archivo de vídeo]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=vp3gsuq-NjU>

### 4.1.3 Secuencia 3 - YouTube

Esta tercera secuencia se plantea en torno al desarrollo de un proceso de transculturación durante la clase, a partir de las temáticas definidas en la encuesta como posibles categorías de transculturación. Es así como en esta sesión se trabajará precisamente sobre lo visto en las dos primeras temáticas, hablando precisamente sobre YouTube, una red social para compartir vídeos. En este tercer momento ya no se busca trazar una línea histórica frente a la plataforma con el fin de comprender sus transformaciones socioculturales, sino que está más enfocada en que los estudiantes puedan tener contacto directo con el fenómeno transcultural, ya que, la siguiente propuesta permitirá tener los insumos necesarios para analizar con más profundidad si a partir del estímulo provocado se da un proceso de transculturación: se

plantea que en los dos últimos contenidos a desarrollar dentro de la secuencia, se proponga que cada uno de los estudiantes elija un youtuber correspondiente a las temáticas identificadas en la encuesta, que son: entretenimiento, música, deporte y fitness, y visualice un vídeo suyo todos los días, y se les pedirá a los estudiantes que después de dos semanas, realicen una reflexión frente a ese youtuber que están visualizando, donde describan si les ha provocado cambios en sus hábitos, en su manera de comprender el mundo, en sus creencias y demás factores que involucren transformaciones culturales. Estas dos actividades corresponden a la primera fase de la transculturación denominada aculturación, en la cual se genera un primer contacto con la cultura no nativa y la segunda fase correspondiente a la desculturación en la cual ya se evidencia una pérdida y/o enriquecimiento a nivel cultural frente a dicha cultura, tal como Rama (1982) lo describe. En la última secuencia se dará paso al último momento, correspondiente a la neoculturación.

**Tabla 11**

*YouTube*

## 1. DATOS GENERALES

<b>Título de la secuencia didáctica:</b> Youtube	<b>Secuencia didáctica #:</b> 3
<b>Institución Educativa:</b> -----	<b>Sede Educativa:</b> -----
<b>Tipo de sede:</b> Rural ____ Urbana <u><b>X</b></u>	<b>Municipio:</b> Pereira
<b>Docentes responsables:</b>	<b>Departamento:</b> Risaralda
<b>Área de conocimiento:</b>	<b>Tema:</b>

Tecnología e Informática	Red social Youtube
<b>Grado:</b>	<b>Tiempo:</b> 4 horas
<p><b>Descripción de la secuencia didáctica:</b> En esta secuencia se pretende dar una definición clara de la plataforma Youtube, para qué sirve, qué funciones y herramientas ofrece, también reconocer quienes son los mayores exponentes que hacen que el uso de Youtube sea constante, como los Youtubers, quienes son los creadores del contenido el cual se consume en esta plataforma, además permitir que los estudiantes tengan la oportunidad de explorar los contenidos que ofrece y las herramientas que facilitan el uso de Youtube, en esta secuencia los estudiantes tendrán la oportunidad de acercarse a Youtube como una herramienta que les permita comprender y crear contenidos.</p>	

## OBJETIVOS, COMPETENCIAS Y CONTENIDOS

**Objetivo de aprendizaje:** Identificar las funciones y herramientas que posee la plataforma Youtube.

Reconocer el término Youtuber y el tipo de contenido que producen y cómo impactan en la plataforma identificar aspectos técnicos, del videoblog de cada youtuber

### Contenidos a desarrollar:

1. Qué es y para qué sirve Youtube
2. Funciones básicas de Youtube
3. Quiénes y qué hacen los Youtuber
4. Tipo de canales en Youtube y temáticas( reflexión sobre los contenidos)
5. Visualización de los vídeos con respecto a la temática elegida

**reflexión sobre youtubers y sus aspectos, que han adoptado los estudiantes**

**Competencias del MEN:**  
Guía N° 30

**Estándar de competencia del MEN:**

- Adoptar estrategias para orientar a los estudiantes en el uso de las TIC como herramientas de acceso al conocimiento y como recurso para transformar positivamente la realidad de su entorno.
- Trabajo en equipo en la realización

	<p>de proyectos tecnológicos y, cuando lo hago, involucro herramientas tecnológicas de comunicación.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Utilizo adecuadamente herramientas informáticas de uso común para la búsqueda y procesamiento de la información y la comunicación de ideas.</li> <li>• Selecciono y utilizo (según los requerimientos) instrumentos tecnológicos para medir, interpreto y analizo los resultados y estimo el error en estas medidas.</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>Referentes conceptuales</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿QUÉ ES YOUTUBE, PARA QUÉ SIRVE, Y CÓMO FUNCIONA ESTA RED SOCIAL DE VÍDEOS? por José Facchin</li> <li>• BENEFICIOS DE USAR YOUTUBE EN EL AULA por TutorASAP</li> <li>• YOUTUBERS Y OTRAS ESPECIES por Millán Berzosa</li> <li>• LOS 10 TIPOS DE VÍDEOS MÁS POPULARES DE YOUTUBE por Octoly</li> </ul>	
<p style="text-align: center;"><b>Modelo de aprendizaje</b></p> <p style="text-align: center;">Modelo constructivista</p>	

## 1. METODOLOGÍA:

FASES	METODOLOGÍA
<b>Preguntémonos</b>	<p>Para iniciar tendremos como instrumento una ruleta la cual va a permitir que los estudiantes tengan una participación en este momento de la clase. Consiste en que la ruleta tendrá los nombres de cada uno de los estudiantes, la ruleta se va a girar y en el nombre que se detenga ese estudiante va a participar, comentando a la clase que funciones y qué herramientas ofrece Youtube, esta dinámica se hará con varios estudiantes para así recolectar información que sea útil y que permita una retroalimentación para la clase.</p> <p>Ruleta de la suerte <a href="https://app-sorteos.com/es/apps/la-ruleta-decide">https://app-sorteos.com/es/apps/la-ruleta-decide</a></p>



<b>Exploreemos</b>	<p>El segundo momento de la clase, estará destinado para que nosotros como docentes expliquemos Youtube como una red social, que permite que los usuarios busquen y visualice contenido diverso, la cual ofrece múltiples funciones, ejemplo: hacer búsquedas, suscribirse a canales de interés, manejar el perfil de la cuenta y cómo subir un video a Youtube. Para este paso es necesario que los estudiantes tengan su dispositivo móvil a disposición para que cada herramienta que expliquemos ellos estén aplicándolo directamente en Youtube.</p> <p>Se dará un espacio para las dudas que tengas los estudiantes sobre lo hablado anteriormente.</p> <p>A continuación se va a proyectar un video el cual da apertura a la definición de un Youtuber, cuál es el propósito de su contenido, y qué temas suelen abordar en sus canales.</p> <p>A partir de lo visto con base en los Youtubers, es pertinente mencionar que tipo de canales se encuentran en Youtube, los cuales son de temáticas variadas, es allí donde los usuarios eligen que es mejor visualizar en la plataforma. Para nosotros como docentes no ayuda a saber que tipo de contenido les gusta a los estudiantes y el uso constante de Youtube, para eso una pregunta clave que se va a realizar en este momento es ¿Prefiere hacer más uso de Youtube, que de los medios tradicionales como la televisión, la radio y la prensa? ¿por qué?, la cuál nos ayudará a entrar un poco en debate de lo que son los medios tradicionales hoy y lo que ofrece youtube como una plataforma donde se puede visualizar todo tipo de contenido.</p> <p>Qué son los Youtuber:  <a href="https://www.youtube.com/watch?v=eKElruDDfhs&amp;ab_channel=EMPRESA">https://www.youtube.com/watch?v=eKElruDDfhs&amp;ab_channel=EMPRESA</a></p>
<b>Apliquemos</b>	<p>En este momento de la secuencia los estudiantes van a realizar un escrito corto que describa a partir de lo visto anteriormente, qué tipo de vídeos haría para Youtube, que tipo de contenido le gustaría compartir para las personas que hacen uso de la plataforma y qué temáticas podría abordar para que las personas visitaran su página.</p> <p>Con esto podemos ver los estudiantes que gustos tienen y por cual contenido se inclinan, además que quieren que los usuarios aprendan de lo que enseñan por medio del contenido que escojan.</p>
<b>Evaluemos</b>	<p>Se va a realizar una evaluación formativa, ya que los estudiantes en el transcurso de la clase siguieron un proceso que les va a permitir adquirir unos conocimientos e ir aplicándolos.</p>

- Dispositivos móviles
- Acceso a Wifi
- Video beam

## BIBLIOGRAFÍA

- Qué es youtube y cómo funciona <https://josefacchin.com/que-es-youtube-como-funciona/>
- Uso de Youtube en el aula <https://tutorasap.es/los-mejores-canales-youtube-para-educacion/?lang=es>
- Youtubers y otras especies [https://educared.fundaciontelefonica.com.pe/wp-content/uploads/2020/03/Youtubers\\_y\\_otras\\_especies.pdf](https://educared.fundaciontelefonica.com.pe/wp-content/uploads/2020/03/Youtubers_y_otras_especies.pdf)
- Los 10 tipos de vídeos más populares en Youtube <https://mag-es.octoly.com/los-10-tipos-de-v%C3%ADdeos-m%C3%A1s-populares-en-youtube-460b69b098ae>

### 4.1.4 Secuencia 4 - El videoblog

En este cuarto y último momento de la propuesta pedagógica, se plantea como eje central el videoblog dentro de YouTube, lo cual fue lo que los estudiantes visualizaron a lo largo de esas cuatro semanas. Es así como se propone un acercamiento a nivel conceptual entorno al videoblog, donde se propone que los estudiantes realicen un producto audiovisual con sus características en el cual den cuenta de lo aprendido durante las tres últimas sesiones, donde revelen su experiencia visualizando el youtuber elegido y cómo les ha influido durante todo ese tiempo a realizar cambios de hábito, de actitud, a adquirir destrezas y habilidades, a desarrollar nuevas actividades, etc. buscando con ello dar cuenta al proceso de neoculturación propuesto como el último proceso de transculturación definido por Rama (1982). Morales (2017) cita a Aguilar (2009) y menciona que “el hábito contemporáneo de aprendizaje mediante tutoriales, (realizados en muchos casos con fines comerciales, pero en otros simplemente con la idea de compartir conocimientos) es una forma cada vez más popular de adquirir destrezas en el uso de herramientas y programas informáticos. Este método es utilizado, desarrollado y compartido por los videobloggers como otra forma de generar comunidad a partir del intercambio de información” (p,53), lo

cual deviene en una nueva categoría denominada aprendizaje dentro de las ya mencionadas con anterioridad, por lo tanto, hay que tener en cuenta si a partir de la experiencia contada por los estudiantes a través del videoblog también se evidencia que dicha categoría entra dentro de los procesos de transculturación que se originan a partir de videoblogs en YouTube.

**Tabla 12**

*El videoblog*

1. DATOS GENERALES	
<b>Título de la secuencia didáctica:</b> El videoblog	<b>Secuencia didáctica #:</b> 4
<b>Institución Educativa:</b> -----	<b>Sede Educativa:</b> -----
<b>Tipo de sede:</b> Rural ____ Urbana <u><b>X</b></u>	<b>Municipio:</b> Pereira
<b>Docentes responsables:</b>  Brandon Hernandez	<b>Departamento:</b> Risaralda
<b>Área de conocimiento:</b> Tecnología e informática	<b>Tema:</b> Videoblogs
<b>Grado:</b>	<b>Tiempo:</b> 4 horas
<p><b>Descripción de la secuencia didáctica:</b> El videoblog es un formato que ha transformado la manera de aprender un tema en específico, las personas prefieren visualizar y escuchar la voz de alguien que los guíe o que enseñe algo nuevo en vez de leer un artículo o vlog. Por eso, esta secuencia está creada para darle una definición de qué es el videoblog y de porqué es un formato tan utilizado en Youtube, además los estudiantes podrán identificar que tipos de videoblogs existen y cuál pueden abordar de acuerdo a sus gustos y necesidades.</p>	

## 1. OBJETIVOS, COMPETENCIAS Y CONTENIDOS

**Objetivo de aprendizaje:** Identificar los tipos de videoblogs y sus diferentes características.

Diseñar un videoblog a partir de los conceptos explicados durante la secuencia didáctica.

### Contenidos a desarrollar:

- Definición del videoblog
- Tipos de videoblogs
- Características de un videoblog
- Pasos para hacer un videoblog
- Realizar un videoblog (experiencia sobre el contacto que se tuvo con los youtuber)

**Competencias del MEN:**  
Guía N° 30

### Estándar de competencia del MEN:

- Evalúo y selecciono con argumentos, mis propuestas y decisiones en torno a un diseño.
- Propongo, analizo y comparo diferentes soluciones a un mismo problema, explicando su origen, ventajas y dificultades.
- Optimizo soluciones tecnológicas a través de estrategias de innovación, investigación, desarrollo y experimentación, y argumento los criterios y la ponderación de los factores utilizados

### Referentes conceptuales

- Estos son los formatos de Youtube más populares por LA VANGUARDIA
- Qué es un videoblog por Mileto
- Características de un buen videoblog por Enlaza2 comunicación
- Consejos para tu videoblog: Cómo empezar un videoblog por Filmora

### Modelo de aprendizaje

## Modelo pedagógico constructivista

### 2. METODOLOGÍA:

FASES	METODOLOGÍA
<b>Preguntémonos</b>	Se iniciará con una pregunta para los estudiantes ¿qué tipo de videos visualiza en Youtube? ¿qué les llama la atención? se irá anotando las respuestas de los estudiantes con el fin de que otros compañeros conozcan nuevos contenidos. Esta actividad nos ayudará a saber que tipo de videoblogs ven los estudiantes, al tener ese conocimiento se dará paso a una breve definición de los videoblogs.
<b>Exploremos</b>	<p>Para esta sección vamos a proyectar un vídeo el cual será un ejemplo de cómo es un videoblog, se harán críticas constructivas sobre el vídeo anterior por parte de los estudiantes, ¿qué aspectos cambiarían del vídeo anterior? una pregunta que a partir de aportes se van a crear unas necesidades por parte de los estudiantes y que les ayudará a construir nuevas temáticas, diferentes tipografías, tonos de voz, imágenes, apoyos gráficos que llaman la atención en los videoblogs.</p> <p>Ejemplo de videoblog <a href="https://www.youtube.com/watch?v=rmTJGKq6Zmw&amp;ab_channel=LuisitoComunica">https://www.youtube.com/watch?v=rmTJGKq6Zmw&amp;ab_channel=LuisitoComunica</a></p> <p>¿Considera que Youtube es una plataforma que genera aprendizaje por medio del vídeo blog? Esta pregunta se va a realizar después de ver el vídeo con el fin de que los estudiantes compartan lo que han aprendido por medio del videoblog, ya sean habilidades, recetas, manualidades, etc.</p> <p>Para cerrar este segundo momento de la clase, nos basaremos en el artículo que trata sobre algunos consejos básicos para hacer un videoblog, cómo escoger el tema, como describir el vídeo, cómo interactuar con el público específico, estos puntos serán una guía para que los estudiantes identifiquen las características que se necesitan para tener un buen producto final.</p>
<b>Apliquemos</b>	Este momento es un poco más extenso, pues los estudiantes deberán crear un videoblog con base a todos los aspectos, ejemplos, y

	<p>definiciones que se mencionaron en la clase, y tener en cuenta el ensayo que hicieron en la clase anterior escogiendo la temática a realizar, luego deberán subirlo a la plataforma Youtube, con la cuenta y las herramientas explicadas en la anterior sesión.</p> <p>La temática a elegir es libre, esta debe tener un enfoque educativo, que nosotros como usuarios podamos sacar provecho y aprender por medio del vídeo realizado por los estudiantes.</p>
<b>Evaluemos</b>	<p>Es importante que en la realización del videoblog, los estudiantes sean innovadores, que creen temáticas y dinámicas diferentes dentro del videoblog y que logren captar la atención de sus demás compañeros, deberán tener en cuenta también aspectos técnicos a la hora de realizar el ejercicio.</p> <p>Se evaluará en una última sesión donde los estudiantes puedan mostrar su producto final en frente de sus compañeros, los cuáles se van a encargar de realizar críticas constructivas, comentarios positivos, análisis y observaciones para la mejora de algunos aspectos.</p>

## RECURSOS

- Dispositivo móvil con cámara
- Acceso a wifi
- Video beam

## BIBLIOGRAFÍA

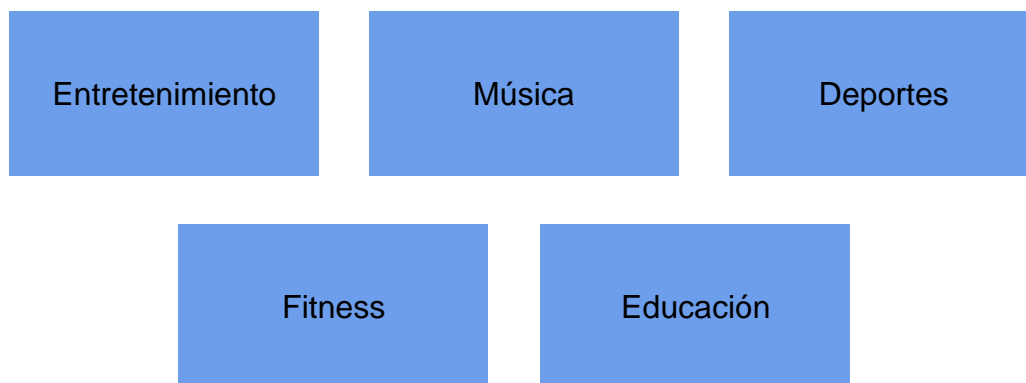
- CARACTERÍSTICAS DE UNA BUEN VIDEOBLOG  
<https://enlaza2comunicacion.wordpress.com/2013/02/07/caracteristicas-de-un-buen-videoblog/>
- LOS FORMATOS DE YOUTUBE MÁS POPULARES  
<https://www.lavanguardia.com/tecnologia/20180606/444129317812/youtube-expertos-populares-formatos-videos.html>
- QUÉ ES UN VIDE BLOG <http://supermiletto.blogspot.com/2015/08/que-es-un-videoblog.html>
- EJEMPLO VIDEOBLOG  
[https://www.youtube.com/watch?v=rmTJGKq6Zmw&ab\\_channel=LuisitoComunica](https://www.youtube.com/watch?v=rmTJGKq6Zmw&ab_channel=LuisitoComunica)
- CONSEJOS PARA TUS VIDEOBLOGS  
<https://filmora.wondershare.com/es/business/videoblog-consejos.html>

## Capítulo 5: El videoblog como herramienta mediadora en los procesos de transculturación.

A través de las secuencias didácticas planteadas, se busca ampliar el panorama de la investigación con respecto a la transculturación que producen los videoblogs en YouTube por medio de los youtubers, ya que, como se describió anteriormente, una encuesta no es suficiente para demostrar que este fenómeno ocurre. La secuencia didáctica busca generar contacto directo y una experiencia de campo con los elementos que se encontraron en la encuesta y que pueden desencadenar dicho fenómenos a partir de las temáticas que los encuestados definieron como las que más seguían dentro de la plataforma: entretenimiento, música, deporte, fitness y educación.

**Figura 64**

*Temáticas identificadas*



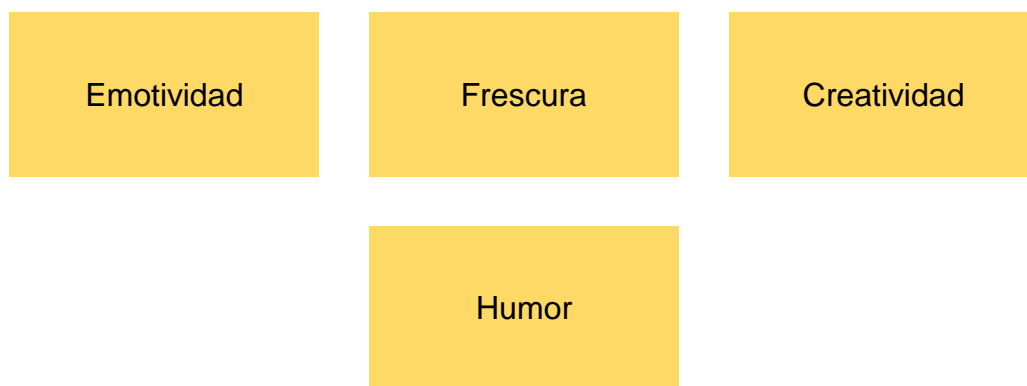
Por lo tanto, el docente debe buscar que a lo largo de las secuencias, los estudiantes participen activamente en el proceso no solo a través de las preguntas y actividades que este realice dentro y fuera de clase, sino también con los aportes que realicen frente a cada una de las temáticas, ya que como se da cuenta en la encuesta, la experiencia es el elemento más importante para descubrir lo que está y no previsto. Cada una de dichas temáticas debe estar respaldada por un youtuber que la desarrolle y que cumpla con las siguientes características: ser de habla hispana, contar con mínimo 100.000 seguidores,

estar activo dentro de la plataforma con mínimo un vídeo semanal, los comentarios en sus vídeos deben estar activados y sobre todo recalcar que deben responder estrictamente a las temáticas mencionadas.

También, deben responder a algunas de las características que los estudiantes mencionaron les llamaban la atención de los youtubers, las cuales son: emotividad, frescura, creatividad y humor. Para dar cuenta de ello, basta con visualizar unos cuantos vídeos del youtuber en cuestión que permitan establecer un panorama general frente a su actitud frente a sus seguidores, además de los comentarios que reciben y hacen alusión a esas características mencionadas anteriormente.

**Figura 65**

*Características de youtubers*



El videoblog es la herramienta mediadora dentro de este proceso investigativo, ya que, es el recurso central de esta investigación y el objeto de análisis frente al fenómeno de transculturación, por ende, es trascendental que este formato audiovisual sea usado sin medida dentro de cada una de las secuencias planteadas, ya que, el acercamiento indirecto frente a este formato permite que los estudiantes logren familiarizarse con las dinámicas que promueve a partir de las temáticas identificadas. YouTube es por lo tanto la plataforma protagonista dentro de esta investigación y claro está de este tipo de formatos en internet, por ende, todos los contenidos elegidos para el desarrollo de esta propuesta deben de ser originarios de dicha plataforma.

Morales (2017) menciona acerca de los videoblogs:



Dentro del contenido de estos productos audiovisuales, además del desarrollo del día o días del autor, se pueden ver otros contenidos, como la cobertura de algún hecho significativo, relatos del autor, confesiones, opiniones, consejos e incluso entretenimiento, de la mano de los llamados retos o desafíos (p. 28).

Es decir, este formato ha logrado abarcar prácticamente cualquier ámbito del quehacer, por ende, no es de extrañar que las temáticas que abarca este formato sean sumamente variadas, al punto que se ha convertido en un recurso educativo, por lo tanto, el videoblog dentro de esta propuesta se convierte a sí mismo en un recurso multidisciplina, que permite educar, entretener y formar comunidades entorno a temas de interés, como los anteriormente mencionados.

La transculturación por otra parte es el fenómeno que ocurre a través del medio (videoblog), o eso es lo que se busca identificar a partir de la anterior propuesta, es así como las diferentes actividades establecidas dentro de cada secuencia didáctica, permitirá tener un panorama más amplio frente al surgimiento de este fenómeno por medio del videoblog, donde se busca identificar la adquisición de patrones culturales que puedan tanto generar una pérdida como un enriquecimiento cultural. Redfield, Linton y Herskovits (1936) mencionan que la transculturación son “aquellos fenómenos que resultan cuando grupos de individuos con culturas diferentes entran en un contacto de primera mano con cambios subsecuentes en los patrones de la cultura original o en ambos grupos.” (p. 149), por lo tanto, este tipo de fenómenos no parten de la unidireccionalidad sino que es un proceso en el cual cada una de las culturas se retroalimenta una a la otra con la adquisición de diferentes patrones culturales que desencadenan un proceso de transculturación, por lo tanto, sería de gran interés comprender como también los usuarios de YouTube han logrado propiciar estos fenómenos a partir de su interacción dentro de la plataforma.

La transculturación debe entenderse como un proceso natural que se da en todas las culturas, donde su desarrollo no implica necesariamente una ventaja o desventaja, donde lo que busca un grupo social es adaptarse al medio en el que vive, adquiriendo nuevos conocimientos que les permiten desarrollar habilidades y destrezas que les permitan identificarse dentro de una población determinada.

Por ende, las Tecnologías de la Información y la Comunicación se han convertido en un recurso que con el paso del tiempo han ido rompiendo barreras sociales y culturales, promoviendo la adquisición de nuevas formas de vivir en relación en estas, por ende, no hay que malinterpretar este fenómeno como un concepto aislado, sino todo lo contrario, es necesario que se tenga la suficiente claridad para comprender que este tipo de estudios culturales son planteados con el fin de comprender a nivel conceptual las diferentes dinámicas que se dan en la sociedad.

Las redes sociales se convierten en el eje conceptual de esta propuesta, ya que es desde allí donde se busca realizar un primer acercamiento frente a YouTube y todas las tecnologías que hacen parte de esta, así que esta categoría responde precisamente a dicha plataforma y a lo que se busca con esta propuesta. Gallego (2010) define las redes sociales como:

conjunto de individuos que se encuentran relacionados entre sí. En el ámbito de la informática, la red social hace alusión al sitio web que estas personas utilizan para generar su perfil, compartir información, colaborar en la generación de contenidos y participar en movimientos sociales. Las relaciones de los usuarios pueden ser de muy diversa índole, y van desde los negocios hasta la amistad (p. 176).

Por lo tanto, se convierte en el terreno donde el fenómeno ocurre, ya que es allí donde se encuentran todas las herramientas que permiten la interacción entre diversas comunidades alrededor del mundo, por lo tanto, comprender las redes sociales es comprender el territorio donde se evidencian todas estas experiencias multimediales que generan lazos culturales, como es el caso del videoblog. De esta forma, se puede comprender con mayor detalle los elementos que hacen parte de este fenómeno, ya que no solo se busca establecer una relación directa entre transculturación y videoblog, sino también entre los elementos que hacen parte de este formato o más bien podría decirse, le dan origen. Por lo tanto, YouTube posee una serie de características que buscan la accesibilidad, ya sea a través de su disponibilidad en diferentes idiomas, su interfaz de usuario que se adapta a cualquier dispositivo, la capacidad de elegir la calidad de los videos con el fin de economizar ancho de banda, el uso de subtítulos,

etc, las cuales se convierten en características que hacen de esta plataforma una de las redes sociales más utilizadas en el mundo y por qué no decirlo, una de las más revolucionarias frente a la implementación del vídeo dentro de internet.

Frente a las recomendaciones de aplicación, en primer lugar se aconseja que el docente trabaje con pequeños grupos de estudiantes, con el fin de que se focalice con más atención en las dinámicas que cada uno de ellos aporten durante cada sesión. En segundo lugar se recomienda tomar nota con respecto a la participación de los estudiantes, ya sea a través de las preguntas que surjan en clase como de las participaciones voluntarias que ellos realicen, si es posible y con el consentimiento de la institución y los estudiantes, se puede grabar cada clase ya sea a través de una grabadora de audio o una cámara de video, con el fin de analizar más a profundidad las participaciones de los estudiantes. En tercer lugar, se recomienda que las secuencias planteadas se realicen en un periodo de mínimo cuatro semanas, esto con el fin de evidenciar con mayor eficacia si se da un proceso de transculturación, sobre todo con las dos últimas secuencias que se enfocan en propiciar dicho proceso. Si el docente desea ampliar su conocimiento respecto al marco teórico, en la parte final de este documento se ubica toda la bibliografía de esta investigación, la cual permitirá profundizar en los temas propuestos a lo largo de este trabajo.

En cada sesión, se debe buscar que los estudiantes interactúen y den cuenta de su experiencia en cada una de los contenidos de clase, donde las diferentes actividades deben de servir de insumo para el docente para que empiece a definir una serie de características que apelen al desarrollo de un proceso de transculturación, donde los recursos asociados al videoblog serán de relativa importancia frente a estos análisis.

Por último, hay que recordar las fases de transculturación (Rama, 1982):

### **Figura 66**

*Fases de transculturación*



En el caso de la propuesta didáctica, se deja claro que para que estos momentos se den es necesario el desarrollo de una experiencia a través del videoblog, donde en la secuencia número tres se dará el primer paso hacia esta actividad, proponiendo a los estudiantes la visualización de una de las temáticas identificadas como promotoras de un proceso de transculturación, esto por medio de los youtubers en cuestión que presenten las características descritas anteriormente. Este primer momento busca que el estudiante tenga un primer acercamiento con dicho contenido, buscando generar el primer paso hacia una posible pérdida y/o enriquecimiento cultural, es por ello por lo que esta fase correspondería a la aculturación.

El segundo momento se encuentra dentro de la secuencia número tres al igual que el anterior, pero con la diferencia de que esta será realizada fuera del salón de clases, de hecho la propuesta tal como está estipulada, busca que durante un periodo de tiempo se pueda determinar si los estudiantes han logrado adoptar aspectos culturales que los youtubers a través de los videoblogs les promueven, esto se puede evidenciar principalmente a través del interés que los estudiantes demuestren frente a dichos aspectos, mencionado su intencionalidad a adaptarlos dentro de sus prácticas culturales.

Y el tercer y último momento corresponde a la neoculturación, momento en el cual ya se evidencia una adopción de patrones culturales, que pueden generar tanto una pérdida como un enriquecimiento a nivel cultural, por ello, es importante que este último momento se correlacione con los datos obtenidos en los anteriores momentos y las demás evidencias recolectadas durante las secuencias didácticas, que permitan realizar un análisis profundo frente a la relación que existe entre las categorías conceptuales y el desarrollo de un proceso de transculturación por medio de ellas.

Se espera como resultado que los estudiantes a través de su reflexión final puedan afirmar si en efecto la galería de videoblogs del youtuber de interés elegido les ha generado cambios a nivel cultural que dan cuenta de un proceso de transculturación, pero no solo será esa la única evidencia, de hecho, a lo largo de las cuatro secuencias se busca que el docente pueda adquirir los suficientes recursos investigativos para poder relacionarlos entre sí y determinar si en efecto todo lo visto en las clases y el ejercicio realizado fuera de ella dan cuenta de que este proceso en efecto si se da en un periodo de tiempo determinado, o por el contrario, los estudiantes afirman que no les ha promovido ningún tipo de transformaciones, lo cual también es un resultado válido.

## Capítulo 6: Conclusiones

Como conclusiones, se reconoce que para que se de un proceso de transculturación dentro de una propuesta pedagógica mediada por el videoblog es necesario que los estudiantes generen experiencias a partir del contacto directo con el objeto de estudio, en este caso, el videoblog, ya que, las encuestas dan cuenta de que los estudiantes en efecto destinan gran parte de su tiempo a utilizar la plataforma YouTube, reconociendola como un espacio que promueve el esparcimiento del entretenimiento, la información y la educación, donde el usuario es quien tiene el control en elegir lo que desea visualizar y no la plataforma, siendo así, una predilección frente a los medios de comunicación tradicionales. Por lo tanto, esta plataforma en efecto se ha convertido en una herramienta que se ha incorporado dentro de su cultura, lo cual se ve reflejado en su tiempo de uso, su incorporación dentro de la comunidad digital, las dinámicas que ha logrado facilitar con respecto a otros medios y el interés creciente por la variedad de temáticas que allí se pueden encontrar, y que en efecto, pueden provocar un proceso de transculturación.

Se identificó dentro del instrumento de evaluación que los estudiantes participan activamente en la búsqueda de recursos audiovisuales, los cuales han promovido algunos cambios consecuentes dentro de su cultura, pero dicho resultado es necesario evaluarlo de nuevo a través de la propuesta pedagógica planteada, con el fin de obtener los recursos necesarios para determinar si en efecto el proceso de transculturación se origina a partir de las categorías mencionadas.

Se categorizaron como elementos que intervienen dentro del proceso de transculturación por medio del videoblog a través de YouTube, temáticas como el entretenimiento, la música, el deporte y el fitness y la educación, donde reconocen a los youtubers como los principales difusores de estos temas de interés, los cuales han desarrollado pequeñas y grandes comunidades entorno a dichas temáticas, gracias a la conexión que logran generar con ellas, lo cual demuestran a partir de cualidades como la emotividad, la creatividad, el sentido del humor y la forma de expresarse.

Se relacionaron dichas categorías dentro de la propuesta pedagógica mediada por el videoblog con el fin de desencadenar un proceso de transculturación que pueda ser experimentado y examinado con detalle dentro y fuera del aula de clase, por lo tanto, se planteó dentro de las dos últimas secuencias didácticas el desarrollo de un ejercicio que de cuenta si en efecto la visualización constante de una de las temáticas planteadas promovida por un youtuber que cuente con las cualidades descritas, promueven el desarrollo de un proceso de transculturación.

Es así como esta investigación permitió un acercamiento al fenómeno de la transculturación dentro de YouTube , donde la encuesta utilizada dejó interesantes resultados que permitieron el desarrollo de una propuesta pedagógica que busca no sólo reafirmar los resultados que se encontraron dentro del instrumento de evaluación mencionado, sino desencadenar un proceso de transculturación a partir del desarrollo de una experiencia vivencial, la cual permitirá dar cuenta si en efecto los videoblogs desarrollados por youtubers y mediados por YouTube dan cuenta de un proceso de transculturación, o si por el contrario, la influencia que estos contenidos generan no es lo suficientemente fuerte para que dicho fenómeno ocurra.

Esta investigación también busca ser un referente frente a estudios culturales que involucren a las nuevas dinámicas sociales que se han originado por medio de las TIC, donde claramente la antropología tiene un camino mucho más amplio a la hora de estudiar este tipo de fenómenos sociales, pero también es importante que otras áreas de las ciencias sociales se involucren y aporten sus conocimientos frente a estos y otros fenómenos adyacentes que permitan construir una mirada multidisciplinaria frente a la relación entre tecnología y sociedad.

## Bibliografía

Aguilar Rodríguez, Daniel E, Said Hung, Elías (2010). Identidad y subjetividad en las redes sociales virtuales: caso de Facebook. Zona Próxima, 12, 190-207. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/853/85316155013.pdf>.

Aguirre, J (2018). Globalización, internet y transculturación. Reflexiones desde el pensamiento de Fernando Ortiz. Utopía y Praxis Latinoamericana, vol. 23, núm. 81, 2018. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=27957763013>

Bedoya, O. L. (2014). Protocolo de Análisis/Síntesis. Texto inédito sin publicar.

Berzosa (2017). Youtubers y otras especies: el fenómeno que ha cambiado la manera de ver los contenidos audiovisuales

Cardozo, Gina (2011). Historia del concepto de red social. Unidad de Investigación. Universidad Santo Tomás. Disponible en: <http://redessocialesgrupomen.wikispaces.com/file/view/Historia+del+concepto+de+red+social.pdf>

Carr, N. (2005). Las tecnologías de la información. Barcelona: Ediciones Urano.

Cebrián, M. (2008). La Web 2.0 como red social de comunicación e información. Estudios del Mensaje Periodístico, 14; 345-361

Cerezo, P. Medios líquidos para usuarios hiperconectados. Evoca imagen, 2016

Christakis, N. y Fowler, J. (2010). Conectados. México: Santillana.

Crovi, D.; López, M. y López, R. (2009). Redes Sociales Análisis y aplicaciones. México: Plaza y Valdés.

Fernández, R. (2005) Marco conceptual de las nuevas tecnologías aplicadas a la educación [en línea] Universidad de Castilla-La Mancha, España  
[<http://www.uclm.es/profesorado/ricardo/DefinicionesNNTT.html>]

Gallego, J. C. (2010). Tecnologías de la información y de la comunicación. Técnicas básicas. Madrid: EDITEX.



García Sans, A. (2008). «Las redes sociales como herramientas para el aprendizaje colaborativo: una experiencia con Facebook». En: Actas del XIII Congreso Internacional en Tecnologías para la Educación y el Conocimiento: la Web 2.0. Madrid: UNED.

Gómez, M., Domínguez, E. (2014). Cultura de masas. La colonización comunicativa y la transculturización en el pensamiento de Manuel Martín Serrano.

Hargreaves, J. (1993): “Problemas y promesa en el ocio y los deportes femeninos”, en Brohm, J.M. et al. (1993): *Materiales de sociología del deporte* (pp.109-132) (J.I.Barbero, comp.). La Piqueta. Madrid.

Harris, M. (2011) “Antropología cultural”, Madrid, Alianza Editorial.

Hootsuite. (2020). Evolución en el tiempo diario dedicado a las redes sociales. [Figura]. Recuperado de <https://blog.hootsuite.com/es/125-estadisticas-de-redes-sociales/>

Kearney, M., & Treagust, D. F. (2001). Constructivism as a referent in the design and development of a computer program using interactive digital video to enhance learning in physics. *Australian: Journal of Educational Technology*, 17(1), 64-79.

Lavado, A. (2010): “El consumo de Youtube en España”. En: *Global Media Journal México*, Volumen 7, Número 14, pp. 76-92. Disponible en: [http://www.gmjei.com/journal/index.php/GMJ\\_EI/article/viewFile/308/260](http://www.gmjei.com/journal/index.php/GMJ_EI/article/viewFile/308/260)

Malano, O. L. (2013). Identidad cultural un concepto que evoluciona. *Opera*, 46.

Malinowski, B. 1983. Introducción al Contrapunteo cubano del tabaco y el azúcar. La Habana: Editorial de Ciencias Sociales.

Manovich, L. (2001). *The Language of the New Media*. Cambridge (Massachusetts): MIT Press.

McLuhan, Marshall (1985). *La Galaxia Gutenberg. Génesis del “Homo Typographicus”* Barcelona: Planeta- De Agostini S.A.

Ministerio de TIC. (2017). Primera Gran Encuesta TIC. Recuperado de <https://colombiatic.mintic.gov.co/679/w3-article-74002.html>

Morales (2017). Análisis exploratorio de los videoblogs y sus posibilidades como recurso educomunicativo.

ONU: Asamblea General, Declaración Universal de Derechos Humanos, 10 diciembre 1948, 217 A (III), disponible en esta dirección:

<https://www.refworld.org/es/docid/47a080e32.htm>

Rama, Ángel (1982). Transculturación narrativa en América Latina

Redfield, R., Linton, R. y Herskovits, M. 1936. Memorandum for the Study of Acculturation. American Anthropologist 38: 149.

Restrepo, Eduardo (2012). Intervenciones en teoría cultural. Colombia: UC

Social Blade. (2020). TOP 250 YOUTUBERS IN COLOMBIA SORTED BY SUBSCRIBER RANK. [Figura]. Recuperado de <https://socialblade.com/youtube/top/country/colombia>

Unesco (2001). Declaración Universal de la Unesco sobre la Diversidad Cultural. Recuperado de [http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL\\_ID=13179&URL\\_DO=DO\\_TOPIC&URL\\_SECTION=201.html](http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL_ID=13179&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html).

Ortiz, F. y García, M. (2006). Metodología de la investigación. México: Editorial Limusa.

Orlando Mella (2000) Grupos focales. Técnica de investigación cualitativa